



**Rapport
annuel 2024**

DÉKUPLE



Paris
12:06, + 0h



Shanghai
19:06, + 7h



New-York
06:06, - 6h



Amsterdam
12:06, + 0h



Madrid
12:06, + 0h



Berlin
12:06, + 0h

Sommaire

- 4.** Le mot de Bertrand Laurioz,
Président Directeur Général

- 8.** Notre modèle d'affaires

- 10.** Notre histoire

- 12.** Nos activités

- 13.** Notre conseil d'administration

- 14.** Ambition 2025

- 16.** Rétrospective 2024

- 44.** Nos récompenses

- 46.** Les marques qui nous font
confiance

- 54.** Les principaux enjeux
RH et RSE

- 66.** Analyse financière et stratégie
d'investissement

- 68.** Nos chiffres clés annuels

Le message de BERTRAND LAURIOZ

Président Directeur Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs,
chers Actionnaires,

Avec un chiffre d'affaires de 217,8 M€ (+9,1%), un résultat net part du Groupe qui reste solide de 10,1 M€ et plus de 1 000 collaborateurs, le Groupe poursuit la mise en œuvre de son plan Ambition 2025 !

L'année 2024 a été positive pour notre Groupe, malgré un environnement économique difficile. L'incertitude politique et fiscale a poussé de nombreuses entreprises à une prudence accrue dans leurs investissements marketing, mais, grâce à notre leadership depuis début 2023 sur l'Intelligence Artificielle et la technologie, notre Groupe a maintenu une forte différenciation et assuré une trajectoire de croissance robuste.

Notre chiffre d'affaires consolidé a augmenté de +9,1 % cette année, porté principalement par la très forte croissance du Marketing Digital, qui représente maintenant 65,6 % du chiffre d'affaires total du Groupe, contre 36,5 % en 2020, et a enregistré une hausse soutenue de sa marge brute de +15,8 %. Malgré une augmentation de nos investissements (bureaux et technologie), notre résultat net (part du Groupe) reste robuste à 10,1 M€ (soit 6,0% de notre marge brute), démontrant ainsi la pertinence de nos offres et de notre transformation.



Notre chiffre d'affaires consolidé a augmenté de +9,1 % cette année, porté principalement par la très forte croissance du Marketing Digital



Nos activités

➤ Malgré un marché du conseil sous pression en France, Converteo poursuit sa très belle trajectoire, avec une croissance de sa marge brute de **+9,8 % au cours de l'année écoulée**. Fin 2024, il comptait plus de 400 consultants experts au service de nos prestigieux clients, incluant deux tiers des entreprises du CAC40. Cette année a été une année d'investissement et de transformation avec la mise en place d'une nouvelle organisation pour tenir compte de la traction forte des offres Pricing, Product Management, technologie et IA, et le déménagement dans de nouveaux locaux plus grands à Bercy village pour accompagner la croissance future. 2024 a également été la première année d'un développement à l'international pour Converteo, avec l'ouverture de bureaux aux USA et au Canada pour accompagner nos grands clients.

➤ Nous avons étendu nos activités d'Agences & Solutions d'ingénierie Marketing en France, avec une forte croissance des activités à composante technologique (Agence Dékuple, Smart Traffik et Reech), et avec les acquisitions de Ereferer (Netlinking) et Coup de Poing (Fidélisation) qui renforcent notre capacité à accompagner les marques sur des sujets porteurs. **Au total, la marge brute a fortement progressé (+17,9% en France).**

➤ L'année a également été marquée par une progression de nos activités Agences et Solutions hors de France, conformément au plan Ambition 2025. Avec une forte hausse de l'activité en Chine, et l'acquisition en octobre 2024 de l'Agence Créative et Stratégique GUD.berlin et malgré une baisse conjoncturelle de l'activité en Espagne, la marge brute des Agences & Solutions Internationales progresse de **+49,3% en 2024**.



► Début 2025, DÉKUPLE poursuit son développement international avec l'acquisition simultanée de DotControl (agence digitale basée à Rotterdam) et Selmore (agence créative basée à Amsterdam).

► Le marché de la presse est resté difficile dans un contexte de consommation défavorable. Nous avons néanmoins maintenu des investissements commerciaux significatifs avec de nouvelles offres mieux segmentées 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 -6,7 %.

► L'activité assurance est en repli limité de -2,6 % dans un environnement économique complexe. Cette résilience des ventes repose sur une approche marketing innovante, en particulier dans le domaine de l'assurance Santé, avec une stratégie visant à pérenniser le portefeuille d'assurés.

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

Nous sommes convaincus que pour poursuivre leur développement, les marques auront de plus en plus besoin 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 de maintenir notre leadership dans la Technologie et l'Intelligence Artificielle.

Nous avons poursuivi notre plan exceptionnel de formation interne initié en 2023 pour nos plus de 1000 collaborateurs, et avons intégré l'IA dans toutes nos offres. Cet effort maintenu nous positionne comme des experts reconnus et nous a permis d'accompagner plus de 130 marques dans l'acculturation et la formation de leurs managements à l'IA.

Nous avons également accéléré la plateformes 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 en partenariat.



Le message de **BERTRAND LAURIOZ**

Président Directeur Général de DÉKUPLE

Le Groupe DÉKUPLE augmente encore sa visibilité en France et en Europe

Signe de la montée en puissance de notre créativité sur le marché, nous avons reçu plus de 43 prix en 2024. Des distinctions comme le Grand Prix du Brand Content, les Golden Awards de Montreux, le Grand Prix de la Data ou encore le Trophée Études et Innovations illustrent la reconnaissance de nos offres spécifiques, intégrant créativité et data. Une dynamique qui nous a également permis d'atteindre la 13^e position du classement Stratégies/Altarès.

En 2024, nous avons initié un partenariat étroit avec ESCP Business School, en participant à la formation d'étudiants en Master ou en cursus Grandes Écoles, via des sujets concrets présentés au management du Groupe DÉKUPLE dans nos locaux.

Nous avons poursuivi notre partenariat voile avec le sponsoring du bateau Class 40 de William Mathelin-Moreaux. Ce parrainage a été en 2024 un moteur majeur d'animation interne du Groupe, mais aussi une opportunité d'échanges avec les clients et partenaires. En 2025, nous poursuivons notre partenariat avec William sous une autre forme, le bateau portera le nom des "Invincibles", association qui lutte contre la maladie de Charcot. Nous nous réjouissons de ce nouveau mode de collaboration au profit de cette belle cause fédératrice !

Responsabilité Sociétale et Environnementale

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

Au cours de 2024, 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 partenariat avec l'Office National des Forêts, avec Perce-Neige et Cèdre - deux entités accompagnant les personnes en situation de handicap - et nous nous sommes engagés auprès de la Ligue contre le cancer.

L'année 2025 sera l'occasion d'un nouveau bilan carbone Scope 3 (sur la base des données 2024), après celui effectué en 2021, qui nous permettra de faire le point sur le résultat des actions menées et définir les objectifs pour les années qui viennent



Signe de la montée en puissance de notre créativité sur le marché, nous avons reçu plus de 43 prix en 2024.



Nous confirmons la poursuite de notre plan de croissance en 2025 et pour les années qui viennent

Le contexte économique 2025 reste incertain, mais nous sommes convaincus que la digitalisation et la datafication des entreprises, en particulier de leur marketing, vont continuer à s'accélérer. Notre Groupe est idéalement positionné pour répondre à ces enjeux. Nous abordons cette année avec confiance, et nos équipes sont pleinement mobilisées pour maintenir une croissance rentable, notamment dans le marketing digital, dont le poids dans le Groupe continuera de croître significativement. Cette expansion se fera à la fois de manière organique et par des acquisitions stratégiques d'entreprises apportant des compétences complémentaires, en fonction des opportunités, en France et en Europe.

En 2025, nous allons encore renforcer notre capacité d'innovation et tirer pleinement parti des nombreuses expertises technologiques du Groupe, avec des initiatives majeures sur la plateformes de nos prestations.

Sur le plan social et environnemental, nous capitaliserons sur les actions engagées ces dernières années : marque employeur, formation de qualité, consommation et production responsables, attention portée au bien-être et à la santé au travail, égalité entre les sexes

et promotion de la diversité, à la hauteur des enjeux et de l'impact d'un Groupe Européen de plus de 1000 collaborateurs.

Début 2021, nous avons annoncé le plan "Ambition 2025", visant à devenir acteur de référence de la communication et du Data Marketing en Europe. Tout en poursuivant avec détermination ce plan en 2025, nous annoncerons prochainement le plan "Horizon 2030" qui projettera notre Groupe pour les 5 années à venir, en confirmant notre ambition de croissance rentable, d'internationalisation, de leadership créatif et technologique au service de la transformation des marques. Je suis pleinement confiant dans notre capacité à nous adapter, à poursuivre notre croissance et à améliorer en continu la pertinence de nos offres et la qualité de nos livrables. Nous avons la chance d'évoluer dans un secteur dynamique et de pouvoir compter sur les compétences exceptionnelles de nos équipes, au service de nos clients et partenaires. Notre Groupe se distingue par son actionnariat familial stable, son organisation en réseau de multi-entrepreneurs, sa vision à long terme et la richesse de ses expertises.

Nous ferons de 2025 une nouvelle année de succès. Je remercie chaleureusement nos collaborateurs, partenaires, clients et actionnaires pour leur confiance et leur fidélité.



Notre modèle d'affaires

Nos ressources

► Notre écosystème diversifié d'expertises ayant pour socle la communication et le data marketing

- Entités complémentaires
- Acquisitions stratégiques
- Expertises en communication et data marketing
- Solutions technologiques propriétaires

► Notre capital humain

- 1 082 collaborateurs engagés
- 17 % de l'effectif à l'international
- Âge moyen : 36,1 ans
- 5,5 ans d'ancienneté moyenne
- Parité hommes femmes : 52 % / 48 %

► 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 en région Parisienne et 5 autres implantations nationales, présence dans 8 pays

► Nos engagements / nos valeurs

- Des valeurs communes : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide
- Nouvelles Charte Éthique et Politique d'Alerte
- Adhérent au Global compact
- Partenariat avec l'ESCP et l'HETIC
- Sensibilisation via la plateforme RSE Vendredi
- Respect RGPD et sécurisation des données

► Notre situation financière solide

- Fonds propres : 54,8 M€
- Trésorerie : 58,0 M€
- Capacité d'autofinancement avant impôts : 24,6 M€

Nos métiers, notre stratégie

► Ambition 2025

Devenir un leader européen de la communication et du data marketing

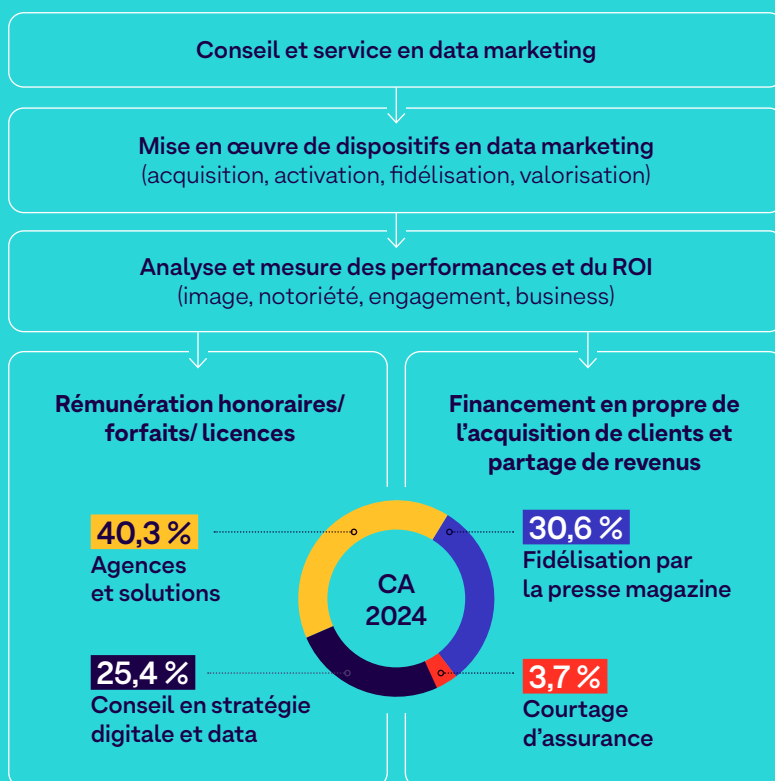
► Notre mission

Atteindre l'excellence en consulting, data, créativité et technologie pour concevoir des stratégies marketing et communication innovantes et performantes, en alliant intelligence des données, activation créative et solutions technologiques avancées.

► Stratégie 2025

- Développement structuré du pôle BtoB et optimisation des activités BtoC
- Accélération du marketing digital, soutenue par croissance organique et externe
- Investissement technologique pour renforcer la différenciation et l'innovation
- Élargissement des expertises et renforcement des synergies entre les entités
- Consolidation de l'ancrage européen

► Nos offres



► 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

Clients et partenaires

- Prestations pour plus de 500 marques de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international
- Accompagnement autour de nos 3 piliers Créativité, Data et Technologie
- Création et partage de valeur dans une relation partenariale durable
- Un portefeuille de 1 877 000 d'abonnements actifs à durée libre à la presse magazine
- Investissement de 2,5 % du CA en R&D de solutions innovantes

Collaborateurs

- 165 recrutements en CDI en 2024
- Masse salariale globale : 81,5 M€
- 727 collaborateurs en France bénéficient de la participation et/ou de l'intéressement
- Qualité de vie au travail
- 92 % de collaborateurs formés (Plan de formations Groupe sur l'IA)

Planète

- Certification ISO 14001 pour les activités de fidélisation

État et société civile

- Relations avec la société civile :
- 14 ans de partenariat avec l'ONF,
 - 3 ans de sponsoring voile
 - Dons à diverses associations

Partage de la valeur créée

Actionnaires et investisseurs

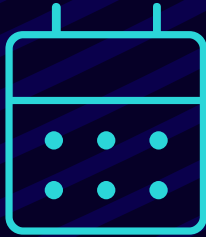
- Dividende proposé à l'assemblée générale : 0,76 € / action
- Progression de l'action au 31/12/2024 de +149,7 % sur 5 ans
- 169 M€ de marge brute
- 23,6 M€ d'EBITDA retraité, soit 13,9 % de la marge brute

Fournisseurs

- Sensibilisation croissante sur les engagements RSE
- Sélection, évaluation et suivi des fournisseurs internationaux

Contributions





Découvrez l'histoire du Groupe DÉKUPLE

Créé en 1972, le Groupe DÉKUPLE est un leader européen de la communication et du data marketing. Associant des expertises en communication, conseil, créativité, data et technologie, DÉKUPLE accompagne les marques dans la transformation de leur marketing afin d'optimiser leur performance business. Pour ses partenaires et clients, le Groupe conçoit et met en œuvre des dispositifs d'acquisition, d'activation, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution.

Présent en Europe, en Chine et en Amérique du Nord, DÉKUPLE œuvre pour plus de 500 marques issues de grands groupes ou ETI s'illustrant en Europe et à l'international. Le Groupe compte plus de 1 000 collaborateurs animés par les valeurs communes que sont l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

En 2024, le Groupe DÉKUPLE a réalisé 218 millions d'euros de chiffre d'affaires.

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 de 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

+ de
1 000
collaborateurs



500
clients dont 150 marques de Retail
Retail : premier secteur du Groupe



13^{ème}



au classement
**Stratégies/Altarès
2024**

Figurant au
classement
des fleurons
de l'innovation
de Choiseul
Conquérants 2024

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^{ème} 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 de
Grand Mercredi / Intelligence Senior

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
digitale de marketing d'engagement

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
Généraliste
➤ Converteo fait l'acquisition des
actifs stratégiques de Synomia
➤ DÉKUPLE lance ReThink
& ReBoost Retail Marketing
➤ DÉKUPLE prend une participation
majoritaire dans Smart Traffik
et renforce ses solutions au
service des marques du Retail

2024 :

➤ Le Groupe DÉKUPLE renforce
sa position d'acteur référent
sur le marché de la fidélisation
grâce au rapprochement avec
l'agence Coup de Poing
➤ DÉKUPLE annonce son partenariat
avec GUD.berlin et renforce son
positionnement international
➤ Converteo s'installe en Amérique
du Nord avec l'ouverture de bureaux
à New York et Montréal
➤ RocketMarketing annonce
l'acquisition de Ereferer, plateforme
automatisée de Netlinking

2025 :

➤ Dékuple accélère sa croissance
européenne avec une prise
de participation majoritaire
dans Selmore (Amsterdam)
et DotControl (Rotterdam)

Nos expertises



Conseil

Avec plus de 400 consultants et experts au service de la performance business, marketing et commerciale, situés en France, Espagne, États-Unis et Canada, Converteo assiste ses clients dans l'optimisation des offres, produits et services, grâce à une expertise en Data Analyse, Data Science et Data Engineering.



Agences créatives et data marketing

Nos agences en France, Espagne, Portugal, Allemagne, Pays-Bas et Chine incarnent la diversité et la complémentarité de nos expertises pour répondre aux besoins spécifiques de chaque client. Chaque entité apporte une approche spécialisée : stratégie, data, créativité ou encore performance digitale. Nos agences créatives et marketing digital sont la base de notre modèle permettant de stimuler les objectifs business de nos clients. Les données et la technologie fournissent la précision nécessaire pour optimiser le ciblage et maximiser l'impact, tandis que la créativité apporte l'émotion et la narration essentielles à l'engagement et à la vente.



Solutions technologiques marketing

Nos solutions technologiques allient innovation et performance pour optimiser chaque étape du parcours client. Data, IA et outils digitaux se combinent pour des stratégies précises et des résultats mesurables.



Fidélisation partenariale

Au sein de l'activité Solutions Abonnements et Assurance, l'activité de fidélisation partenariale crée des dispositifs marketing, uniques sur le marché, pour aider des entreprises partenaires à renforcer la fidélité de leurs propres clients. Ces dispositifs clef en main, sont adaptés pour chaque marque, en fonction de l'enjeu marketing : développer une préférence de marque, contribuer à enrichir leur connaissance client, ou encore maximiser leur lifetime value. Notre approche repose sur une compréhension fine des attentes des consommateurs et sur l'intégration de services à forte valeur ajoutée dans les stratégies de fidélisation de nos partenaires.

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 indépendant
Membre du Comité RSE



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 indépendant



Stéphane Treppoz

Administrateur
Membre du Comité du développement
Membre indépendant



Xavier Gandillot

Administrateur
Membre du Comité des nominations et
rémunérations
Membre indépendant



Dinesh Katiyar

Censeur
Membre du Comité du développement
Membre indépendant

Ambition 2025

DEVENIR UN LEADER EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION ET DU DATA MARKETING

- **Poursuivre une croissance coordonnée des 4 expertises** 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.
- **Investir dans la technologie** comme vecteur de transformation et de différenciation.
- **Mutualiser nos compétences data marketing.**
- **Renforcer notre ancrage européen.**

✓ Ce que nous avons fait en 2024



Conseil

- **Adaptation dans un contexte incertain :** Convertio a su naviguer avec des budgets plus restreints en privilégiant des approches pragmatiques pour maximiser le retour sur investissement technologique.
- **Nouveaux locaux :** Déménagement à Bercy avec une surface doublée, marquant une étape clé dans notre développement.
- **Projets majeurs en IA générative** réalisés pour Fnac-Darty et Carrefour, démontrant la pertinence de notre modèle alliant stratégie et déploiement opérationnel et reliant ainsi la technologie et les métiers.
- **Croissance du conseil en pricing :** cette activité de conseil sur le pricing a presque doublé, soutenue par l'arrivée de profils chevronnés, pour répondre à la forte demande de nos clients grands comptes.



Agences créatives et data marketing

- **Création du cabinet de conseil Brainsonic.ai**, marquant une étape clé dans la transformation et le développement de l'agence.
- **Montée en puissance de nos IA Factories** et de la formation continue, affirmant notre rôle d'acteur clé de la transformation digitale des marques.
- **Renforcement de notre approche multi-métiers** pour accompagner les directions de communication marketing aussi bien de manière globale (360°) que sur des expertises spécifiques.
- **Lancement d'une nouvelle activité de Marketing Local**, renforçant l'intégration des services du Groupe DÉKUPLE en Espagne et au Portugal.
- **43 prix remportés par nos agences**, illustrant l'excellence de notre approche 360°, l'impact de nos stratégies et notre capacité d'innovation.
- **Expansion de notre réseau d'agences en Europe** accélérant notre accompagnement des marques dans leurs stratégies internationales.
- **Acquisition de Coup de Poing**, renforçant significativement notre position sur le marché de la fidélisation.



Solutions technologiques marketing

- **Croissance significative** dans un contexte économique incertain.
- **Prix de "la meilleure innovation dans un outil SEO"** décerné par la FePSeM à RocketLinks AI.
- **Création de la nouvelle offre RocketLinks Services.**
- **Intégration de nouvelles fonctionnalités boostées par l'Intelligence Artificielle** pour Reech Influence Cloud.
- **Avancées technologiques**, avec le lancement des fonctionnalités « Optimisation Segments » pour oKube et « Smart SEO » pour LoKal Booster.
- **Croissance du chiffre d'affaires à l'international** pour nos solutions technologiques marketing.



Fidélisation partenariale

Solutions abonnements

- **Maintien d'une dynamique forte** et d'une capacité d'adaptation permettant de rester compétitifs sur le marché.
- **France Abonnements élu « Service Client de l'Année »** dès notre première participation, récompensant notre engagement envers l'excellence.
- **Segmentation client avancée** et développement de nouvelles stratégies de conquête, avec l'intégration de nouveaux partenaires diversifiant nos bases clients.
- **Transformation digitale réussie**, avec plus de 75 % des commandes désormais réalisées en ligne.

Assurance

- **Lancement de cinq nouvelles offres stratégiques**, incluant une couverture automobile, une indemnité journalière en cas d'hospitalisation et trois complémentaires santé individuelles.
- **Expansion du portefeuille de produits** pour favoriser le multi-équipement des clients et répondre aux attentes des partenaires.
- **Refonte du site Avocotés** pour une meilleure expérience utilisateur et une visibilité accrue des offres.
- **Déploiement d'outils digitaux innovants** optimisant l'efficacité commerciale et la relation client.
- **Un taux de fidélisation élevé :** 9 clients sur 10 renouvellent leur confiance chaque année.

Ce que nous avons fait en 2024

➤ Croissance de +9,1% en 2024.

➤ **Le marketing digital** représente désormais 65,6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

- Prise de participation dans l'agence de fidélisation Coup de Poing
- Développement de notre présence européenne grâce au partenariat avec l'agence créative allemande GUD.berlin ainsi que les néerlandaises Selmore et DotControl, spécialisées respectivement en création et digital.
- Ouverture de bureaux aux États-Unis et au Canada pour l'activité conseil de Converteo.

➤ Poursuite de notre programme d'innovation.

- Product Management : mise en œuvre de notre stratégie sur nos offres technologiques initiée en 2022.
- Intelligence Artificielle : déploiement de formations internes et externes, ainsi que la mise en œuvre de projets IA, tant en interne que pour nos clients.

➤ **43 récompenses** pour les projets marketing menés pour nos clients.

✔ Ce que nous prévoyons de faire en 2025

Créer de la valeur : démocratiser l'accès à la donnée, en accompagnant les entreprises dans l'investissement de leur socle data et dans la refonte de leur gouvernance face à l'accélération digitale.

Évolution de notre organisation : renforcement de notre expertise avec l'arrivée d'un nouveau Partner, Benoît Dugelay. Structuration de nos pratiques pour répondre plus agilement aux enjeux stratégiques de nos clients.

Visibilité et leadership : Affirmer notre position de leader de l'IA appliquée aux ventes et au marketing. Organisation de la conférence « Roadmap AI Marketing » le 1^{er} juillet 2025 pour aider les décideurs à structurer leur stratégie de route IA.

Développement international : Après New York et Montréal en 2024, cap sur l'Europe en 2025 avec une ouverture en Espagne. Expansion future dans plusieurs grandes villes d'Europe et d'Asie.

Développer notre réseau d'agences

Marketing et Communication en Europe pour unir expertise locale et vision internationale afin d'accompagner nos clients dans leurs stratégies globales multi-pays.

Poursuivre la construction d'assets

technologiques et « platformiser » nos offres pour consolider les données et proposer des solutions innovantes et performantes répondant aux enjeux de nos clients.

Renforcer notre approche 360°, intégrant créativité, communication et data marketing, pour maximiser l'impact des stratégies de nos clients.

Accélérer l'intégration de l'IA générative

dans nos offres pour une personnalisation plus fine des campagnes et des stratégies marketing renforcées.

Être le partenaire incontournable

des décideurs marketing en transformant chaque enjeu en succès mesurable sur tout le funnel, de la notoriété à la fidélisation.

Renforcer nos assets technologiques

et affiner l'activation des données pour un marketing plus précis, mesurable et performant.

Développer des fonctionnalités avancées basées sur l'IA générative pour répondre aux besoins évolutifs des clients et répondre à leurs enjeux business.

Accélérer notre expansion internationale

en accompagnant les marques dans leurs stratégies multi-pays et en développant nos parts de marché à l'international.

Accompagner les éditeurs et les assureurs

dans leur transformation, en accélérant leur digitalisation et en diversifiant leurs sources de revenus.

Élargir le nombre de nos marques partenaires, en leur apportant un service affinitaire pour renforcer la fidélité de leurs clients.

Innover dans le mix-marketing

et l'exploitation des données pour optimiser l'acquisition et la rétention client.

Faire évoluer et diversifier nos offres

en fonction des cibles et de l'évolution des usages.





Rétrospective 2024

Ambition du Groupe à l'international

Au fil des décennies, le Groupe est devenu un leader européen ouvert sur le monde, qui s'attache à améliorer les performances commerciales de ses clients grâce à l'intégration stratégique de la créativité, de la data et de la technologie.



Déjà présent en France, Espagne, Portugal et en Chine, le Groupe a continué d'élargir ses horizons en 2024 avec de nouveaux partenariats en Allemagne, aux Pays-Bas et de nouveaux bureaux en Amérique du Nord.

Cette dynamique s'appuie sur plusieurs leviers stratégiques : le renforcement de nos implantations existantes, la

consolidation de nos partenariats internationaux et l'acquisition de nouvelles expertises sur des marchés à fort potentiel. L'objectif est d'accélérer notre capacité à adresser des clients multi-pays tout en développant des approches sur-mesure pour chaque marché, adaptées aux spécificités locales et répondant à leurs besoins internationaux.

L'objectif est d'accélérer notre capacité à adresser des clients multi-pays tout en développant des approches sur-mesure pour chaque marché.



Nos solutions marketing technologiques internationales

> RocketLinks

RocketLinks, plateforme d'achat d'articles sponsorisés du Groupe DÉKUPLE, a enrichi son catalogue avec plus de 15 500 sites et blogs étrangers. Pour la deuxième année consécutive, RocketLinks était également présent au BrightonSEO, un salon de renommée mondiale rassemblant plus de 4 000 experts du search marketing. Enfin, son chiffre d'affaires international a enregistré une hausse de 20 % par rapport à 2023.

> Reech Influence Cloud

Reech Influence Cloud poursuit son expansion à l'international, affirmant son rôle clé dans l'optimisation des stratégies d'influence marketing à l'échelle mondiale. En 2024, plus de 60 % des licences ont été souscrites avec l'option internationale, témoignant de l'essor de la plateforme au-delà des frontières. Grâce à une suite complète de fonctionnalités, Reech Influence Cloud permet aux marques et institutions d'identifier les influenceurs, structurer leurs partenariats, mesurer le ROI des campagnes, amplifier les contenus performants et analyser la part de voix de leurs concurrents partout dans le monde. Parallèlement, la plateforme renforce son engagement pour un marketing d'influence plus responsable en collaborant avec les autorités d'auto-régulation de la publicité en France, en Grèce, en Inde et au Brésil. Une dynamique qui accélère son développement et son impact sur le marché global.

> Ividence

Ividence s'affirme comme un acteur clé dans la diffusion de campagnes Native Ads au sein des newsletters, offrant une solution performante et respectueuse de l'expérience utilisateur, optimisant la visibilité des marques dans un environnement éditorial premium. En 2024, Ividence a réalisé 54 % de son chiffre d'affaires à l'international, consolidant ainsi sa présence sur plusieurs marchés européens. L'entreprise collabore avec 15 clients internationaux et s'appuie sur un réseau de 12 médias partenaires, parmi lesquels Börsenmedien en Allemagne, Roularta Belgium, FragMutti et Knack.be.

> Smart Traffik

Depuis fin 2023, DÉKUPLE Iberia et Smart Traffik unissent leurs forces pour une création de valeur mutuelle. DÉKUPLE Iberia élargit son offre avec LoKal Booster et oKube, tandis que Smart Traffik s'ouvre au marché espagnol. Cette synergie allie expertise technologique et innovation, offrant aux clients du Groupe des solutions performantes et adaptées aux marchés locaux. En mutualisant ressources et stratégies, les deux sociétés gagnent en réactivité et optimisent leur impact commercial.

Des alliances stratégiques pour bâtir un leader européen de la communication et du data marketing

En 2024, le Groupe DÉKUPLE a franchi une étape stratégique clé en se rapprochant de trois agences européennes à son écosystème : GUD.berlin, agence créative allemande, ainsi que les néerlandaises Selmore et DotControl, spécialisées respectivement en création et en digital. Ces partenariats marquent une nouvelle phase de croissance, renforçant la présence du Groupe DÉKUPLE en Europe et enrichissant son offre en communication et data marketing. En unissant expertise locale et vision internationale, DÉKUPLE se positionne pour proposer des solutions innovantes et accompagner toujours plus efficacement ses clients dans leurs stratégies globales multi-pays.



Pourquoi ce partenariat stratégique aux Pays-Bas ?

Bertrand Laurioz : Nous sommes déjà présents à l'international aux États-Unis, en Chine, en Allemagne, au Portugal et en Espagne. Notre objectif est de renforcer encore notre empreinte européenne tout en enrichissant nos expertises pour répondre aux besoins transnationaux de nos grands clients. Nous sommes ravis d'accueillir Selmore, DotControl et leurs 50 collaborateurs au sein de l'écosystème des agences créatives et marketing du Groupe DÉKUPLE. Ce partenariat leur permettra d'élargir ensemble leurs offres en Europe tout en proposant à leurs clients de nouvelles solutions de performance basées sur la data. Parallèlement, il permet à DÉKUPLE de mieux servir ses clients clés et de répondre aux appels d'offres transnationaux.

Pourquoi ce partenariat avec DÉKUPLE est-il une étape clé pour Selmore et DotControl ?

Anja Froeling, CEO de Selmore, et Mark Landman, CEO de DotControl : Le partenariat stratégique entre DotControl et Selmore, initié il y a trois ans, nous permet d'apporter une valeur ajoutée inégalée à nos clients. En combinant notre expertise stratégique, créative et digitale, nous sommes en mesure de concevoir des idées directrices impactantes et de les déployer de manière fluide sur tous les supports et technologies, maximisant ainsi la visibilité et l'efficacité des marques. Grâce à l'appui des compétences du Groupe DÉKUPLE en communication et data marketing, nous disposons d'une réelle capacité à nous développer davantage et à adresser des clients multi-pays. La vision multi-entrepreneuriale de DÉKUPLE garantit notre autonomie tout en nous faisant bénéficier des ressources du Groupe. Nous sommes ravis de rejoindre la famille DÉKUPLE et de contribuer à cet ambitieux projet européen.



INTERVIEW GUD.berlin

Quels bénéfices pour les clients de DÉKUPLE et GUD.berlin ?

Bertrand Laurioz : Avec l'élargissement de notre portefeuille de compétences dans le marketing d'engagement. Les clients de DÉKUPLE pourront accéder à notre savoir-faire en campagnes et branding parfaitement adapté au marché allemand, tandis que les clients de GUD.berlin bénéficieront des outils avancés et des expertises en data du Groupe. Ensemble, nous offrirons des solutions transnationales qui allient pertinence locale et puissance technologique.

Christian Artopé : Cette alliance nous permet de créer de fortes synergies commerciales en combinant notre savoir-faire créatif avec l'expertise en data et marketing digital de DÉKUPLE. Nos clients bénéficieront ainsi de solutions enrichies par la data et l'IA, qui viendront compléter nos offres existantes pour optimiser leurs campagnes et leur performance marketing. Enfin, ce partenariat nous ouvre des opportunités à l'international, nous permettant d'accompagner nos clients sur des marchés plus larges et de répondre à des appels d'offres globaux.

Comment GUD.berlin prévoit-elle d'évoluer dans l'écosystème DÉKUPLE ?

Annelie Deutscher : Grâce à la vision multi-entrepreneuriale du Groupe DÉKUPLE, nous préservons notre autonomie tout en bénéficiant de ses ressources. Nous allons continuer à nous concentrer sur notre cœur d'expertise : des campagnes créatives et percutantes. En parallèle, nous explorerons les synergies avec DÉKUPLE pour développer des offres qui allient créativité et data, tout en conservant notre ADN unique.

Pourquoi avoir choisi GUD.berlin pour ce partenariat ?

Bertrand Laurioz : Nous sommes ravis d'accueillir GUD.berlin et ses 65 collaborateurs au sein de notre écosystème de multi-entrepreneurs d'agences créatives et marketing. Cette initiative permettra à DÉKUPLE de développer son offre en Europe et de proposer à ses clients de nouveaux leviers de performance basés sur la data. GUD.berlin est une agence qui se distingue par son conseil stratégique et la qualité de ses créations publicitaires. Elle a conquis de nombreux clients avec ses campagnes à 360° et a remporté des distinctions prestigieuses, comme l'ADC et l'Effie.

Pourquoi ce partenariat avec DÉKUPLE est-il une étape clé pour GUD.berlin ?

Jens Grüner : Ce partenariat est une évidence pour nous. DÉKUPLE partage notre vision européenne et notre approche multi-entrepreneuriale. Grâce à leurs ressources en data et IA, nous allons pouvoir offrir à nos clients des solutions encore plus innovantes tout en renforçant notre autonomie créative. C'est une opportunité de croissance internationale unique.

L'Oréal USA : Excellence analytique à l'échelle internationale

L'ORÉAL

Dans le cadre d'une collaboration stratégique, L'Oréal USA a choisi **Converteo** pour optimiser le tracking analytics de l'ensemble de ses sites américains. Retour sur ce partenariat d'envergure qui illustre notre capacité à déployer notre expertise à l'international.



Comment est née cette collaboration entre Converteo et L'Oréal USA ?

Nous étions à la recherche d'un partenaire expert pour gérer le tracking analytics de l'ensemble de nos sites américains. Notre besoin était double : assurer le suivi quotidien via ServiceNow et développer des axes d'amélioration stratégiques. Cette confiance accordée à Converteo s'appuie notamment sur notre expertise déjà éprouvée au sein de plusieurs divisions L'Oréal, en particulier auprès de la CDMO Paris.

Quels ont été les principaux défis à relever dans ce projet ?

Nous faisons face à deux challenges majeurs : des incohérences dans nos données principales depuis plusieurs mois et la nécessité de basculer vers un tracking server-side, conformément à nos nouvelles exigences. Pour répondre à ces enjeux, l'équipe Converteo a mis en place une approche collaborative intense avec les équipes L'Oréal USA avec une contribution des équipes Google. Le déploiement du server-side a été réalisé progressivement, site par site, avec un monitoring constant pour garantir la qualité des données.

Quels résultats cette collaboration a-t-elle permis d'atteindre ?

Les améliorations sont significatives. Par exemple, nous avons réduit de 70% les erreurs de tracking sur nos landing pages. C'est un changement majeur qui nous permet enfin d'avoir une vision claire du parcours client. En six mois, nos équipes ont traité 370 tickets et mis à jour 45 plans de marquage complets, démontrant l'intensité et l'efficacité de cette collaboration.

Comment envisagez-vous la suite de ce partenariat ?

Notre priorité est d'harmoniser le tracking tout en nous adaptant aux nouvelles réglementations sur la protection des données personnelles. Cette vision s'aligne parfaitement avec notre engagement continu d'accompagnement technique et d'innovation dans nos solutions de collecte de données.

Akshay Pandit Kumar
L'Oreal USA



C'est un changement majeur qui nous permet enfin d'avoir une vision claire du parcours client.



Une Influence à l'International pour Yves Rocher

Depuis six ans, Yves Rocher s'appuie sur l'expertise de Reech afin de structurer et optimiser ses campagnes d'influence à l'international.



YVES ROCHER

Cette collaboration de longue date permet à la marque de renforcer la performance de ses activations tout en veillant à préserver son identité et ses valeurs.

En 2024, le partenariat a franchi un nouveau cap avec l'organisation d'un voyage d'influence inédit, réunissant neuf créatrices de contenu issues de huit pays. L'objectif ? Leur offrir une immersion complète dans l'univers Yves Rocher, depuis les racines de la marque à La Gacilly, son berceau historique, jusqu'à son expertise scientifique en cosmétique, en passant par son flagship parisien, véritable vitrine de ses engagements.

Yves Rocher s'est appuyé sur la plateforme Reech Influence Cloud pour sélectionner les influenceuses les plus pertinentes et obtenir un suivi en temps réel des performances des contenus postés durant l'événement. Grâce à ce reporting quotidien, l'équipe a pu ajuster la stratégie en cours de campagne et maximiser l'engagement dans chaque pays cible.

Avec plus de 45 millions d'impressions générées, les résultats ont largement dépassé les attentes. Au-delà de l'impact sur la notoriété d'Yves Rocher, notamment sur les marchés à fort potentiel de développement, cette campagne a créé une véritable dynamique au sein du groupe d'influenceuses. Leur enthousiasme s'est traduit par un surplus de contenus spontanés et authentiques, illustrant l'efficacité d'une approche immersive et engageante en marketing d'influence.

La relation entre Reech et Yves Rocher va bien au-delà de la simple mise à disposition d'une technologie. Au quotidien, l'équipe Yves Rocher bénéficie d'un accompagnement personnalisé, de conseils stratégiques et d'optimisations sur mesure, contribuant ainsi à la réussite et à la pérennité de ce partenariat d'exception.

L'Intelligence Artificielle au cœur de la stratégie du Groupe DÉKUPLE

L'Intelligence Artificielle Générative ne cesse de transformer les stratégies marketing. Pionnier dans ce domaine, le Groupe DÉKUPLE favorise une symbiose entre l'homme et l'IA, plaçant cette technologie au service de la performance et de la créativité.

Depuis 2023, DÉKUPLE forme l'ensemble de ses collaborateurs à l'IAG et développe des solutions intégrant cette innovation



+ de
10 000 
personnes formées, du
dirigeant à l'opérationnel

+ de
130 
entreprises clientes
accompagnées dans leur
besoin de formation

+ de
40 
projets développés
liés à l'IAG

Cette démarche proactive a permis une intégration fluide de l'IAG dans nos métiers et dans nos solutions marketing, offrant des réponses toujours plus pertinentes et personnalisées à nos clients. L'année 2024 a aussi vu l'émergence de deux IA factories, ou experts en data, ingénieurs et marketeurs conçoivent des applications IA sur mesure adaptées à chaque projet.

Notre champ d'intervention s'étend de l'acculturation à la formation de nos clients jusqu'à la production de campagnes créatives et de projets technologiques, en passant par un accompagnement conseil basé sur notre propre retour d'expérience. Nous accompagnons les entreprises dans l'expérimentation et l'industrialisation de l'IAG au sein de leur écosystème pour accélérer leur transformation, optimiser leurs performances et créer de nouvelles opportunités de croissance.

Carrefour et l'IA : Monsieur Noël réinvente l'expérience d'achat

Depuis quelques années, Carrefour a mis en place une stratégie omnicanale ambitieuse, notamment avec le développement de l'application Carrefour.

Les résultats sont au rendez-vous, puisqu'en mars 2024, les inscriptions à l'application Carrefour ont bondi de 267 % par rapport à l'année précédente, tandis que 60 % des nouvelles adhésions à la carte de fidélité ont été réalisées via l'application. L'impact sur la réduction de l'empreinte carbone est également significatif, avec une diminution de 80 % du papier utilisé pour les catalogues, désormais consultables majoritairement sur l'application. Dans cette dynamique, pour optimiser l'expérience d'achat de Noël, le leader de la grande

distribution a fait appel à Convertio qui a conçu « Monsieur Noël », une intelligence artificielle générative permettant d'accompagner les clients dans leur quête des cadeaux parfaits.

Développé en seulement trois mois grâce à une approche agile et pragmatique, « Monsieur Noël » a mobilisé plusieurs équipes de Carrefour et de Convertio, avec l'objectif d'intégrer cette solution dans l'écosystème Carrefour, tout en garantissant une expérience fluide et homogène entre le magasin,

le drive, l'e-commerce et l'application mobile. Pensé pour être réutilisable, « Monsieur Noël » s'inscrit dans une perspective à long terme. En effet, Carrefour envisage d'adapter cette technologie à d'autres événements commerciaux majeurs, tels que la rentrée scolaire, le Black Friday, la Foire aux Vins ou encore la Fête des Mères. Grâce à cette innovation, le distributeur continue d'explorer les possibilités offertes par l'IA pour améliorer l'expérience client et renforcer son leadership dans le commerce omnicanal.



Guy Hoquet : l'IA forme les agents immobiliers de demain

Guy Hoquet l'Immobilier, en collaboration avec l'agence Brainsonic, a redéfini les standards des méthodes de formation dans l'immobilier grâce à l'intelligence artificielle en lançant une nouvelle méthode pédagogique révolutionnaire pour former ses franchisés et collaborateurs.

Grâce à l'IA, Brainsonic a créé des avatars des formateurs, et même du président Stéphane Fritz lui-même, capables de délivrer grâce à un simple script un contenu adapté aux besoins des apprenants, tout en rendant la formation plus humaine. Ce projet stratégique, en développement depuis trois ans, vise à améliorer la performance des collaborateurs grâce à une segmentation précise du savoir-faire par gestes. L'IA permet non seulement de produire des centaines de modules de formation de manière

réactive avec flexibilité pour réagir rapidement aux évolutions du secteur, mais également de répondre aux nouvelles attentes en matière de contenu, basées sur des formats vidéos courts et didactiques, proches des réseaux sociaux. Avec cette innovation, Guy Hoquet l'Immobilier a produit 200 modules en 2024. Ce modèle améliore l'efficacité, permet une organisation plus souple et contribue à faire de la formation un véritable ascenseur social pour les agents immobiliers. Les résultats sont au

**GUY
HOQUET**



rendez-vous avec un turn-over divisé par deux et une performance démultipliée, avec 26 % de chiffre d'affaires supplémentaire pour un collaborateur régulièrement formé par le réseau.

Cette initiative renforce la compétitivité de l'entreprise tout en améliorant la qualité et la pertinence de la formation pour les collaborateurs, les rendant plus efficaces et mieux préparés à relever les défis de leur métier.



RÉTROSPECTIVE 2024

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



INTERVIEW

Thomas et Avenert, IA Evangelists du Groupe DÉKUPLE

En quoi consiste votre rôle d'IA Evangelist au sein du Groupe ?

Thomas : Notre rôle consiste à évangéliser et à acculturer l'ensemble des collaborateurs aux opportunités qu'offre l'IA. En tant que points de contact privilégiés, nous les accompagnons dans l'identification et le développement de cas d'usage concrets, dans le but d'initier des projets d'assistants IA capables d'améliorer les processus métiers et d'automatiser des tâches à faible valeur ajoutée. Par ailleurs, nous nous engageons à promouvoir une adoption réfléchie, et encourageons une utilisation critique et stratégique des outils d'IA.

Avenert : Nous avons aussi un rôle d'animateurs internes, que ce soit via des formations, des newsletters ou des showcases. En 2024, par exemple, nous avons réalisé une keynote, deux formations spécifiques et trois showcases démontrant, au travers de cas internes concrets, les possibilités de déploiement d'IA dans nos métiers.

Comment formez-vous les collaborateurs au sein du Groupe ?

Avenert : Nous avons conçu un programme complet combinant des sessions théoriques et pratiques. L'idée est d'aller au-delà d'un simple apprentissage des outils comme ChatGPT, Gemini ou Runway ML, pour aider les collaborateurs à comprendre leur potentiel et leurs limites. Les formations permettent de poser les bases : à quoi sert l'IA ? Comment évaluer si un projet IA peut apporter des bénéfices concrets ?

Thomas : Nous avons aussi mis en avant la création d'agents spécialisés. C'est une évolution passionnante de passer d'outils généralistes à des agents conçus pour des tâches spécifiques, comme l'automatisation des bilans de campagne par exemple. Et cela a été possible grâce à l'implication de nos IA Champions, ces relais internes qui font vivre et qui partagent la culture IA au quotidien.

Pourquoi est-il important de former les collaborateurs à l'IA en 2024 ?

Avenert : L'IA est un levier de transformation puissant, mais encore faut-il savoir l'utiliser à bon escient. Former les collaborateurs permet de développer leur esprit critique face aux actualités IA et de leur donner les clés pour évaluer si cette nouvelle

technologie peut réellement améliorer un projet. C'est une manière de responsabiliser les équipes, en leur montrant que l'IA est un outil, pas une finalité.

Thomas : Cela fait aussi partie de notre stratégie globale. Grâce au soutien du top management, nous avons pu dégager du temps pour que les équipes se consacrent à ces formations et à leurs projets IA. Les IA Champions jouent un rôle essentiel dans cette dynamique, en étant des points de relais dans chaque équipe.

Est-ce qu'un projet vous a particulièrement marqué en 2024 ?

Thomas : Le projet d'automatisation des bilans de campagne d'influence, initié par une collaboratrice de Reech, a été très inspirant. Il a impliqué une collaboration entre Reech, Coup de Point et Convertéo, où chacun a apporté son expertise. Voir l'équipe travailler avec une telle synergie pour transformer un processus chronophage en une solution automatisée a été très satisfaisant.

Avenert : Ce projet est un excellent exemple de l'IA mise au service des collaborateurs. Les gains sont clairs : gain de temps, amélioration de la précision et réduction des tâches répétitives permettant de se concentrer sur des tâches à forte valeur ajoutée.



Quel bilan faites-vous de la formation IA sur cette année ?

Thomas : 2024 a été une année charnière. Nous avons assisté à un basculement vers des usages plus sophistiqués de l'IA, avec l'émergence des agents autonomes ou semi-autonomes. Les collaborateurs sont aujourd'hui mieux équipés pour juger de l'intérêt de l'IA dans leurs projets, et ils ont acquis une réelle maîtrise des outils.

Avenert : En interne, c'est un succès ! De nombreuses initiatives ont vu le jour et les collaborateurs ont gagné en efficacité sur des tâches répétitives. Mais au-delà des outils, c'est l'état d'esprit qui a évolué. Une culture de l'IA s'est vraiment installée dans le Groupe.

Qu'envisagez-vous pour 2025 ?

Avenert : Nous allons poursuivre nos efforts sur l'acculturation, notamment avec l'arrivée de nouveaux collaborateurs suite aux nouvelles acquisitions en Europe. Nous prévoyons de nous concentrer sur des projets plus spécifiques et d'approfondir le potentiel des agents autonomes, qui montrent de plus en plus de promesses.

Thomas : Le Groupe est très en avance par rapport au marché, l'objectif est de renforcer l'efficacité et les résultats de nos initiatives. L'IA évolue rapidement et nous voulons garder une longueur d'avance en accompagnant le Groupe dans cette transformation. Et surtout, continuer à encourager un usage responsable et critique de l'IA. Elle est là pour nous servir, pas pour nous remplacer.

Au cœur de la fidélisation



INTERVIEW

Roland Deponge et Claude Charpin

Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Roland Deponge (Fondateur de Coup de Poing) : 2024 marque une étape décisive pour Coup de Poing, puisque nous avons élargi notre champ d'action en rejoignant la structure d'envergure qu'est DÉKUPLE, ce qui nous permet de démultiplier notre impact. Aussi, nos campagnes pour de grandes enseignes retail ou des leaders du e-commerce ont démontré que la créativité peut aller de pair avec une approche orientée performance.

Qu'est-ce que le rapprochement entre DÉKUPLE et Coup de Poing représente pour vous ?

Roland Deponge : Ce rapprochement est une opportunité unique et est avant tout une rencontre de valeurs et de visions. Le soutien et le modèle multi-entrepreneurs de DÉKUPLE nous donnent accès à des ressources stratégiques et technologiques exceptionnelles, tout en nous permettant de garder notre ADN créatif et notre agilité. Ce partenariat va nous permettre de réaliser des projets encore plus ambitieux et de nous positionner comme un acteur incontournable dans le domaine de la fidélisation.

Claude Charpin : En associant notre expertise en fidélisation et en data marketing et communication à celle de Coup de Poing, nous consolidons notre position significative sur le marché de la fidélisation en France. Ce partenariat va nous permettre d'accélérer notre capacité d'innovation, de créer des synergies opérationnelles et de développer une approche 360° qui se démarque sur le marché. Leur opération de fidélisation sur-mesure et leur sensibilité à la dimension émotionnelle des campagnes complètent parfaitement notre savoir-faire en marketing data-driven.

Quelles sont les prochaines étapes de ce rapprochement ?

Claude Charpin : Ces premiers mois ont été consacrés à structurer cette collaboration entre partage de compétences, intégration des équipes et développement d'offres communes. En 2025, nous accélérerons avec des campagnes tirant parti de nos expertises combinées. Par exemple avec la création de programmes de fidélisation plus personnalisés et engageants, grâce à l'utilisation de la data et des insights comportementaux des consommateurs.



Quelles sont vos ambitions pour 2025 ?

Claude Charpin : Notre ambition pour 2025 est claire : asseoir notre position de référence sur le marché de la fidélisation. Cela passera par des innovations majeures, notamment dans l'utilisation de l'IA générative, et par la mise en place de nouveaux modèles de collaboration avec nos clients. L'objectif est de concevoir des expériences client mêlant impact émotionnel et performance mesurable.

Roland Deponge : Pour nous, 2025 sera l'année de l'épanouissement de ce partenariat. Nous souhaitons multiplier les collaborations créatives audacieuses, renforcer nos synergies sur le terrain, tout en exploitant le potentiel immense de la data et des technologies issues de DÉKUPLE. L'ambition est claire : réinventer les standards de la fidélisation et devenir une référence pour les entreprises cherchant à créer des relations fortes et durables avec leurs clients.

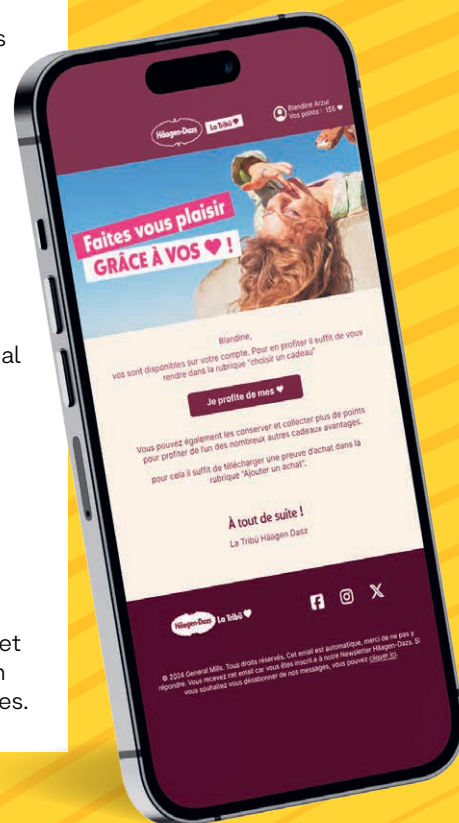
Häagen-Dazs

Häagen-Dazs et La Tribü : la fidélisation qui fait fondre ses clients

Souhaitant développer une relation privilégiée avec ses clients et stimuler leur récurrence d'achat, la marque Häagen-Dazs a fait appel à l'Agence DÉKUPLE pour concevoir un programme de fidélisation omnicanal et sur mesure.

Celui-ci, pensé pour récompenser l'engagement des amateurs de la marque tout en assurant une expérience fluide et agréable, a pris la forme d'une plateforme digitale développée spécifiquement pour Häagen-Dazs nommée La Tribü. L'Agence a orchestré l'ensemble du dispositif, de la définition des mécaniques d'adhésion jusqu'aux opérations d'animation. Les consommateurs étaient invités à s'inscrire pour cumuler des points grâce à leurs preuves d'achats, en grandes surfaces, en magasins franchisés ou encore au cinéma pour recevoir des bons d'achats, des cadeaux collector ou encore des offres exclusives et des jeux-concours, créant ainsi un véritable écosystème propice à l'augmentation du panier moyen et à la fidélisation sur le long terme.

Avec cette initiative, Häagen-Dazs a pu renforcer sa connaissance client en exploitant les données collectées et en personnalisant les communications. L'analyse des préférences et du comportement d'achat a permis d'affiner le ciblage et de proposer des avantages sur mesure, contribuant à renforcer le lien émotionnel entre la marque et ses consommateurs. En s'appuyant sur l'expertise CRM de l'Agence DÉKUPLE, ce programme, reconnu comme le 1^{er} programme de fidélité omnicanal du secteur alimentaire, a généré non seulement une hausse de la fréquence d'achat, mais aussi une amélioration notable de l'image de marque. Aujourd'hui, la Tribü Häagen-Dazs bénéficie d'une communauté de 140 000 fidèles qui s'impliquent activement, ce qui illustre la pertinence d'un programme de fidélité intelligent et adapté aux attentes d'un public en quête d'expériences différenciantes.



“



À l'ère où le marketing est piloté par les données et l'IA, les marques doivent aussi éveiller des émotions chez leurs clients pour les fidéliser. Il est essentiel d'offrir des expériences personnalisées et des communications qui reflètent l'identité de la marque, tout en démontrant une réelle attention envers le client. L'Agence DÉKUPLE aide les marques à construire cette fidélisation émotionnelle, avec des solutions innovantes telles que Codes For Gifts, une plateforme d'expériences digitales et locales conçue sur-mesure pour chaque marque.

NICOLAS BRUCHET - DIRECTEUR ASSOCIÉ EN CHARGE DU CONSEIL DE L'AGENCE DÉKUPLE

”

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS



Raphaël Fétique
Co-fondateur



Thomas Faivre-Duboz
Co-fondateur



Jérémie Lévy
Directeur général



Quel bilan faites-vous de 2024 ?

Raphaël Fétique : L'économie a tourné au ralenti en 2024 et nous avons dû composer avec des budgets plus contraints, malgré une ambition restée élevée chez nos clients pour faire face aux enjeux de la transformation par la data et l'IA. Nous avons dû faire preuve d'imagination et privilégier des approches pragmatiques, ce qui, dans le contexte économique tendu de 2024, signifie plus que jamais, fournir un retour sur investissement à l'emploi de la technologie.

Thomas Faivre-Duboz : Si nous avons sur-performé par rapport au reste du marché, nous le devons à notre modèle de conseil hybride, de la stratégie au déploiement, de la technologie aux métiers, qui a démontré toute

sa pertinence, notamment dans le domaine de l'IA générative, où nous sommes passés de la phase d'expérimentation à celle de l'impact concret. Nos Agents IA pour de grands acteurs du retail font partie des projets majeurs de l'année sur ce sujet.

Jérémie Lévy : Notre activité de conseil sur les enjeux de pricing des entreprises a également fortement progressé, en doublant quasiment de taille. Cette croissance s'est accompagnée d'arrivées de profils chevronnés, ce qui nous a permis de répondre à une forte demande de nos clients grands comptes, qui voient le sujet des prix rester ou redevenir un enjeu majeur pour tenter de réconcilier le maintien de leurs marges et l'amélioration du pouvoir d'achat dans la population.



Notre mission reste plus que jamais de démocratiser l'accès à la donnée, en aidant les entreprises à investir dans leur socle data et à repenser leur gouvernance dans un contexte d'accélération digitale.

RAPHAËL FÉTIQUE - CO-FONDATEUR



Quelles sont vos perspectives pour 2025 ?

Raphaël Fétique : Comme c'est le cas dans de nombreux secteurs, nous n'anticipons pas un redémarrage rapide de l'activité économique en France en 2025. Nous devons par conséquent continuer à mener à bien des projets qui créent de la valeur chez nos clients. Notre mission reste plus que jamais de démocratiser l'accès à la donnée, en aidant les entreprises à investir dans leur socle data et à repenser leur gouvernance dans un contexte d'accélération digitale.

Thomas Faivre-Duboz : Nous avons également fait évoluer notre organisation afin de répondre plus vite et plus efficacement aux sujets sur lesquels nous voyons le plus fort potentiel de croissance à court et moyen termes. Nous sommes notamment convaincus que 2025 sera une année cruciale pour la structuration des données clients. Les entreprises qui n'auront pas engagé leur chantier de Customer Data Platform risquent de prendre un retard significatif.

Jérémie Lévy : Nous avons également l'ambition de nous rendre plus visibles dans l'écosystème et d'affirmer notre position de leader sur des sujets clés, comme celui de l'intelligence artificielle appliquée aux métiers des ventes et du marketing. Nous organiserons à ce titre "Roadmap AI Marketing", une journée de conférence qui a une promesse simple : aider les décideurs marketing à construire leur feuille de route IA.

Quels sont vos axes de développement stratégiques ?

Thomas Faivre-Duboz : Le développement international constitue l'un des axes clés de notre stratégie pour les années à venir. Après avoir ouvert des bureaux à New York et Montréal en 2024, nous avons des perspectives de développement dans plusieurs villes majeures en Europe ainsi qu'en Asie. Des clients fidèles du cabinet nous sollicitent de plus en plus pour la gestion de périmètres sur ces nouvelles zones, ce qui facilite notre implantation et nous met dans les meilleures dispositions pour partir à la conquête du tissu économique local.

Jérémie Lévy : L'autre pilier de notre développement réside dans la diversification de nos expertises au-delà des métiers du marketing et des ventes. Nos expertises en data, IA et mesure au service de la décision, nous permettent déjà de discuter avec les directions générales, les directions financières, les ressources humaines...

Raphaël Fétique : Le cabinet vient par ailleurs d'emménager dans de nouveaux locaux dans le quartier de Bercy ; un doublement de notre surface qui marque une nouvelle étape dans l'histoire de Convertéo.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS

le **nouveau**
bélier

GRUPE DÉKUPLE



Un an après votre intégration au sein du Groupe DÉKUPLE, quel bilan tirez-vous de cette collaboration ?

Stéphane Duverger-Nedellec :

Cette première année a été très enrichissante et confirme notre choix stratégique. Nous avons pu déployer de nouvelles synergies auprès d'autres sociétés du Groupe DÉKUPLE pour offrir à nos clients une approche encore plus personnalisée. L'expertise de DÉKUPLE en data marketing a réellement été un atout pour renforcer notre impact et accroître la performance des dispositifs que nous mettons en place pour nos annonceurs retail. L'intelligence artificielle occupe une place centrale dans notre stratégie. Nous veillons à former l'ensemble de nos collaborateurs pour qu'ils restent à la pointe des innovations et puissent saisir pleinement les nouvelles opportunités qu'offre l'IA, garantissant ainsi un accompagnement toujours plus performant et adapté aux besoins de nos clients. En parallèle, nous poursuivons activement notre rôle de conseil stratégique auprès des annonceurs pour les accompagner dans le développement de stratégies toujours plus efficaces, non seulement en matière de performance publicitaire, mais aussi dans une logique business plus globale, leur permettant d'optimiser leur croissance et leur impact sur leur marché.

Pouvez-vous nous donner un exemple concret de projet qui illustre cette évolution ?

Antoine Jubert : Un exemple marquant est la saga TV pour l'enseigne Darty Cuisine. Grâce à

une stratégie de communication percutante et une orchestration efficace sur différents canaux, nous avons obtenu des résultats exceptionnels : en un an, l'enseigne est passée de la 6^{ème} à la 3^{ème} place du marché en termes de notoriété spontanée auprès des Français. C'est une performance remarquable dans un secteur où la concurrence et le bruit publicitaire sont extrêmement élevés. Mais, ce qui est le plus frappant, c'est l'engagement émotionnel qu'elle a généré : les Français ne se contentent pas de connaître la marque, ils s'y attachent. Ils ont été touchés par le message et l'ont mémorisé, ce qui crée une connexion durable avec l'enseigne.

L'IA prend une place de plus en plus importante dans votre approche. Comment l'exploitez-vous concrètement au service de vos annonceurs ?

Stéphane Duverger-Nedellec :

Nous utilisons l'IA pour améliorer plusieurs aspects clés de nos campagnes publicitaires. Elle nous permet d'analyser en profondeur les tendances du marché, d'anticiper les attentes des consommateurs et d'optimiser nos créations publicitaires en temps réel. L'IA nous offre la possibilité de perfectionner le ciblage, d'évaluer en temps réel l'efficacité de nos actions et d'ajuster notre stratégie créative. Ainsi, chaque interaction avec notre audience devient non seulement plus pertinente, mais aussi plus impactante sur le plan émotionnel. Le véritable défi est de marquer l'esprit du consommateur de manière profonde et mémorable, et cela fait la différence dans un environnement saturé d'informations.

Quels sont les grands enjeux du retail pour les années à venir et comment Le Nouveau Bélier s'y prépare t'il ?

Antoine Jubert : Le retail est confronté à des défis colossaux : la digitalisation toujours plus poussée, l'exigence accrue de transparence et de responsabilité environnementale



Stéphane Duverger-Nedellec
Co-fondateur



Antoine Jubert
Co-fondateur

et la nécessité de créer des expériences clients toujours plus immersives. Mais au-delà de ces enjeux, le véritable défi pour les marques sera de ne pas se contenter de capturer l'attention de leur audience, mais de la toucher profondément. Il s'agit de délivrer des messages qui ne sont pas simplement vus ou entendus, mais qui suscitent des émotions et laissent une empreinte durable chez les consommateurs. Au Nouveau Bélier, nous mettons l'accent sur l'optimisation des parcours omnicanaux, l'intégration de l'IA pour affiner la personnalisation, et toujours la créativité pour émerger. Nous sommes convaincus que c'est ainsi que l'on construit des marques fortes et pérennes, capables de marquer les esprits et de répondre à la vision d'un commerce plus responsable et durable.



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Claude Charpin : 2024 a été une année pivot pour nous. En effet, lorsque nous avons créé l'Agence DÉKUPLE il y a 3 ans avec la vision que le branding et le marketing de performance ne devaient plus être séparés, il y avait un risque fort que le marché ne soit pas prêt à confier ces éléments à une même agence. Notre croissance organique de 30% en 2024 par rapport à 2023, dans un marché 2024 compliqué pour les agences, nous permet de valider complètement notre vision et notre modèle basé sur la créativité, la technologie et la data. Nous avons concentré nos efforts sur trois axes stratégiques essentiels : d'abord, le renforcement de la connaissance client par l'intelligence artificielle, qui nous permet de développer une connaissance fine des clients de nos annonceurs et de personnaliser davantage nos actions marketing. Ensuite, l'innovation continue dans nos offres de fidélisation, où nous avons intégré des solutions créatives et data-driven pour engager les clients sur le long terme. Enfin, nous avons consolidé notre approche intégrée sur toutes les dimensions de la génération de trafic en point de vente pour accompagner les commerçants de manière globale et avec un ROI très positif. Ces éléments renforcent notre conviction : la performance marketing est indissociable d'une stratégie de marque solide et cohérente, et les annonceurs s'en rendent compte.



Claude Charpin
Directeur Général de l'Agence Dékuple

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Claude Charpin : Pour 2025, nous avons plusieurs défis et opportunités clés qui guideront notre stratégie. Premier enjeu, renforcer encore plus les synergies entre nos différentes agences pour maximiser l'efficacité de nos approches intégrées. Cette dynamique a déjà démontré son potentiel, notamment dans des secteurs à cycles de vente longs comme l'assurance et l'immobilier, où l'alliance entre compétences digitales et stratégies de marque permet d'accélérer significativement le parcours client. Un autre enjeu majeur sera la « plateformisation » de nos services, à travers une intégration

de l'IA encore plus poussée, avec pour objectif d'améliorer les performances globales de nos campagnes sur l'ensemble des canaux digitaux et de donner à nos clients une vision détaillée et claire sur leur performance.

Enfin, l'aspect international prendra une dimension encore plus stratégique. Nous cherchons à exploiter notre réseau qui s'étend désormais à l'international, en ciblant des clients en Europe et en Asie. Cette expansion globale est essentielle pour accompagner nos clients là où ils se développent, en leur fournissant une connaissance approfondie de la data et une capacité à déployer des stratégies marketing adaptées à divers contextes culturels et économiques.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Alexandre Garnier : En 2024, nous avons poursuivi notre dynamique d'innovation en nous positionnant sur le marché du modern selling. Nous avons développé de nouvelles méthodes de prospection automatisée, boostées par l'intelligence artificielle, pour accompagner les entreprises dans l'acquisition de clients.

Un moment clé de l'année a été la signature d'un partenariat stratégique avec la scale-up Humanliker. Ce partenariat nous permet d'automatiser la prospection sur LinkedIn, avec, grâce à l'IA, des messages percutants et ultra-personnalisés, en exploitant directement les comptes des commerciaux. Nous avons testé cette approche avec succès auprès de plusieurs clients et les résultats ont confirmé la pertinence de notre solution.



Alexandre Garnier
CEO Dékuple Ingénierie Marketing B2B



Grâce à notre plateforme, nous exploitons la puissance de l'IA pour personnaliser la prise de contact avec les prospects en ligne.



Quelle est la perspective pour 2025 ?

Alexandre Garnier : Forts de ces premiers succès, nous allons généraliser cette offre en 2025 auprès d'un grand nombre d'acteurs. Grâce à notre plateforme, nous exploitons la puissance de l'IA pour personnaliser la prise de contact avec les prospects en ligne. Les messages et scénarios sont construits à partir des informations collectées sur LinkedIn, les sites web des entreprises et les médias pour coller au plus près des attentes et besoins de chaque prospect. Cette approche permet d'optimiser les taux de conversion en proposant

des interactions ultra-pertinentes et contextualisées.

Cette brique d'acquisition vient enrichir notre offre en marketing automation et en CRM, en apportant une réponse efficace aux enjeux des entreprises. Dans un contexte économique tendu, les entreprises ont plus que jamais besoin de solutions performantes et rentables pour acquérir de nouveaux clients à moindre coût. Nous sommes convaincus que l'IA est un levier essentiel pour transformer la prospection en une expérience plus efficace, ciblée et engageante et que cette offre rencontrera un fort succès en 2025.



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Benoît Raoult : 2024 a été une année de validation et d'expansion stratégique pour DÉKUPLE China. Nous avons franchi des étapes majeures qui confirment la pertinence de notre positionnement comme passerelle stratégique entre l'Europe et la Chine.

Parmi les faits marquants, nous avons enregistré une croissance significative de notre chiffre d'affaires, portée par une diversification de nos activités et une montée en puissance de nos offres sur les deux marchés. Nous avons également validé de nouveaux secteurs stratégiques en entrant dans un modèle de conseil exécuté chez le client, avec des collaborations réussies auprès d'acteurs comme Sinodis, Lesaffre et Ethypharm.

Nous avons également renforcé notre capacité à accompagner les marques chinoises en Europe, notamment avec le lancement de projets comme celui du thé Chagee. Enfin, 2024 a marqué le début de nos premiers partenariats stratégiques avec des agences locales et des groupes médias, posant les bases d'une montée en puissance pour les prochaines années.



Benoît Raoult
Co-fondateur Dékuple China

Quelle est la perspective pour 2025 ?

Benoît Raoult : En 2025, nous nous donnons pour mission de consolider nos acquis tout en poursuivant notre croissance de manière structurée et ambitieuse.

Nous continuerons à renforcer notre présence sur nos marchés actuels, en accompagnant les entreprises européennes en Chine et en Asie, tout en développant un programme de formation spécifique pour les équipes basées en Europe afin d'améliorer leur compréhension de l'écosystème digital chinois.

L'offre « Brand + Performance » sera également déployée de manière plus systématique, combinant image de

marque et performance digitale pour répondre aux attentes des marques chinoises en quête d'expansion en Europe. Enfin, nous allons accélérer nos partenariats stratégiques avec des agences, des outils marketing et des groupes médias, dans l'optique de préparer notre développement pour 2026 et 2027.

Notre ambition est claire : devenir le partenaire de référence des entreprises européennes et chinoises dans leur développement international. Grâce à une structuration rigoureuse, des offres adaptées et des alliances stratégiques, nous posons dès aujourd'hui les bases d'une croissance durable et ambitieuse.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS

brainsonic

THE ENGAGEMENT AGENCY



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Guillaume Mikowski : Notre bilan est très positif. Nous avons prévu que 2024 serait une année de transition, avec beaucoup d'investissements et de changements sur plusieurs sujets structurants. D'abord, nous avons créé le cabinet de conseil Brainsonic.ai, qui est venu marquer une étape cruciale dans la transformation et le développement de l'agence. Nous avons ensuite renforcé notre transformation en capitalisant sur notre approche multi-métiers : une agence capable d'accompagner les directions de communication aussi bien de manière globale, à 360°, que sur des sujets spécifiques, avec la garantie de mobiliser les meilleur(e)s dans chaque domaine et univers respectif. Brainsonic c'est aujourd'hui plusieurs « pure players » de la communication qui travaillent réellement sans silos, avec un objectif commun : engager les audiences de nos clients. Avec ces transformations, nous avons opéré des changements majeurs sur certaines directions. En exemple, Thomas Audouin et Sébastien Combemale ont pris la direction de la création de l'agence, et Morgane Bamba a repris les rênes de Brainsonic Live, notre entité événementielle. Si notre croissance stagne en 2024, nous avons su préserver notre rentabilité et nous armer pour répondre aux enjeux de demain.

Quelles sont vos perspectives pour 2025 ?

Guillaume Mikowski : Nous allons aller plus vite dans la transformation des marques que nous accompagnons. La plupart ont déjà amorcé le virage de l'IA à nos côtés, mais elles évoluent dans un monde qui change plus vite que prévu. Notre devoir est de les aider à franchir des étapes clés dans cette ère dominée par l'IA et le tout conversationnel dont les chantiers sont énormes : en Digital sur le passage des moteurs de recherches aux moteurs de réponses, en Social sur l'éclatement des plateformes et des audiences, en Brand Content avec le tout vidéo incarné, etc.

Vous avez créé Brainsonic.ai cette année : quels sont les résultats de ces premiers mois d'existence ? Comment envisagez-vous la suite de cette branche de Brainsonic ?

Guillaume Mikowski : Les résultats sont très positifs ! En effet, plus d'une quarantaine de nos clients ont fait appel à nous en 2024 pour des programmes de formations continues très efficaces, prenant la forme d'émissions TV dédiées, d'escapes games ou encore d'événements. Sur cet ensemble, nous avons largement dépassé l'étape de la sensibilisation et d'acculturation, puisque 19 projets ont été ou sont en cours de déploiement.



Brainsonic c'est aujourd'hui plusieurs « pure players » de la communication qui travaillent réellement sans silos, avec un objectif commun : engager les audiences de nos clients.

GUILLAUME MIKOWSKI - CO-FONDATEUR ET PRÉSIDENT DE BRAINSONIC





Guillaume Mikowski
Co-fondateur et Président de Brainsonic

Pour être plus précis, 6 d'entre-eux ont vu le jour en décembre. Tous les moyens sont bons pour accompagner les équipes, mais aussi leur transformation. Nous avons déployé de très beaux projets avec de véritables cas d'école, comme par exemple Guy Hoquet, qui a su révolutionner ses méthodes de formation grâce notamment à l'avatarisation de leurs formateurs. Aujourd'hui sur l'IA, Brainsonic se positionne sur 3 segments porteurs et rémunérateurs : le conseil en transformation d'entreprise, la production de nouveaux contenus générés par l'IA, qui n'existaient pas encore et bien sûr la poursuite des formations, représentant à ce jour plus de 10 000 personnes formées avec plus d'une centaine d'heures de formations données.

Enfin, ce cabinet qui compte déjà 6 consultants, dirigés par le Directeur Général de l'agence Mathieu Crucq, a permis à tous nos métiers d'aller encore plus vite dans l'appropriation de ces outils. Je peux affirmer aujourd'hui que nous sommes presque 2 fois plus efficaces qu'en 2023, sur l'ensemble de nos métiers et services.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS

SmartTraffik



2024 semble avoir été une année dynamique pour Smart Traffik. Quels en sont les faits marquants ?

Laurent Simonin : 2024 a été une année riche en accomplissements. Nous avons atteint 87 % de notre objectif global, ce qui est une belle performance dans un contexte exigeant. Nos solutions, oKube et LoKal Booster, ont connu des évolutions majeures. Nous avons notamment lancé les fonctionnalités « optimisation segments » pour oKube et « Smart SEO » pour LoKal Booster, deux avancées technologiques qui renforcent notre positionnement. Nous avons intégré cinq nouveaux talents dans notre équipe et acquis plus de 30 nouveaux clients, portant à plus de 100 le nombre total de clients actifs qui nous font confiance aujourd'hui. Ces résultats nous ont permis de réaliser une croissance significative : +22 % de chiffre d'affaires et +39 % d'Excédent Brut d'Exploitation, témoins de la solidité de notre modèle.



Nous voulons développer davantage de synergies avec DÉKUPLE et débiter une expansion à l'international, notamment grâce aux investissements réalisés par le Groupe.



Laurent Simonin

Co-fondateur et CEO de Smart Traffik

Quels sont vos objectifs pour 2025 ?

Laurent Simonin : Pour 2025, notre ambition est claire : convertir cette belle dynamique de croissance en rentabilité. Cela passe par la consolidation du chiffre d'affaires LoKal Booster, le développement d'oKube, par son intégration au sein des DSP / SSP référentes, le renforcement de l'IA dans nos métiers et la poursuite de l'industrialisation de nos procédures de traitement des données clients via le graph ID. Nous prévoyons également la consolidation de nos équipes actuelles et un déménagement stratégique de l'équipe commerciale vers Montreuil pour optimiser les synergies avec le Groupe DÉKUPLE. Enfin, nous simplifierons notre

roadmap technique en adoptant une approche orientée commerce : l'objectif est de vendre mieux et plus efficacement ce que nous avons déjà développé.

Quelle est votre vision pour l'avenir à moyen terme ?

Laurent Simonin : À moyen terme, Smart Traffik vise à renforcer sa position de leader en solutions data et web-to-store. Nous voulons développer davantage de synergies avec DÉKUPLE et débiter une expansion à l'international, notamment grâce aux investissements réalisés par le Groupe. 2025 sera une année de transition stratégique où chaque décision sera orientée vers une rentabilité accrue et une satisfaction client optimale.



Quels sont les points forts pour DÉKUPLE Iberia en 2024 ?

Rodrigo Serrano : L'un des événements marquants pour DÉKUPLE Iberia en 2024 a été le lancement d'une nouvelle activité de Marketing Local. Associés au lancement de notre activité de Marketing d'Influence en 2023, nous poursuivons l'intégration en Espagne et au Portugal de services déjà proposés par le Groupe dans d'autres pays.

D'autre part, le gain de l'appel d'offres d'Endesa en tant que fournisseurs uniques d'incentives pour les prochaines années, a été un point important de notre année. Cet accomplissement renforce non seulement notre position de leader sur le marché des incentives, mais nous permet également de collaborer avec l'une des entreprises les plus influentes du secteur énergétique, en apportant des solutions innovantes et personnalisées pour la fidélisation et l'engagement de leurs clients et collaborateurs.

De plus, l'année 2024 a été marquée par la confiance continue de nos clients actuels, comme Clarel, qui non seulement renouvellent chaque année leurs campagnes avec nous, mais élargissent également leur collaboration en multipliant le nombre d'actions annuelles. Notre relation avec Clarel illustre l'engagement de DÉKUPLE Iberia à construire des relations solides et à long terme, basées sur des résultats cohérents et une adaptation constante aux besoins du client.



Rodrigo Serrano
CEO Dékuple Espagne

Quelle est la perspective pour 2025 ?

Rodrigo Serrano : La perspective pour 2025 en Espagne et au Portugal se concentre sur une croissance soutenue et stratégique, en consolidant nos activités traditionnelles de campagnes promotionnelles, de fidélisation et d'incentives, tout en développant celles lancées ces dernières années - le Marketing d'Influence et le Marketing Local - en renforçant notre collaboration avec d'autres sociétés

du Groupe.

De plus, nous avons l'intention de continuer à compléter notre catalogue d'activités en incorporant des compétences déjà présentes au sein du Groupe, principalement dans le domaine du marketing digital et du data marketing.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Maxime Doki-Thonon : 2024 a été une année riche pour RocketLinks ! Pour soutenir notre activité en croissance, de nouveaux talents ont rejoint nos différents pôles : sales, chefs de projets netlinking, chefs de projets média, ou support client et équipe IT, tous indispensables à l'atteinte de nos objectifs. Nous avons également dépassé la barre des 110 000 médias internationaux, faisant de RocketLinks le catalogue le plus complet et diversifié du marché. De plus, toujours dans l'optique de répondre aux besoins de nos clients, plusieurs fonctionnalités ont vu le jour, rendant notre moteur de recherche encore plus puissant avec une optimisation accrue de l'expérience utilisateur. Nous sommes fiers d'avoir remporté le prix de "la meilleure innovation dans un outil SEO" décerné par la FePSeM grâce à RocketLinks AI. C'est une reconnaissance ultime de la part de cette association française historique rassemblant des milliers d'experts SEO. Cette dernière nous permet désormais de couvrir tous les enjeux netlinking de nos clients, des



Nous sommes fiers d'avoir remporté le prix de "la meilleure innovation dans un outil SEO" décerné par la FePSeM grâce à RocketLinks AI. C'est une reconnaissance ultime de la part de cette association française historique rassemblant des milliers d'experts SEO.



Maxime Doki-Thonon
CEO de Rocketlinks

articles sponsorisés aux stratégies de relinking, en passant par des audits sectoriels. 2024 a également été l'année de l'influence BtoB en France et à l'international. Des partenariats avec des médias et des influenceurs SEO ont alors débuté et se poursuivent cette année, pour appuyer notre positionnement d'expert et d'assistant netlinking. Enfin, 2024 a marqué une étape majeure dans notre développement avec notre première croissance externe : l'acquisition d'eReferer. Cette plateforme, positionnée sur un modèle 100% self-service, vient compléter notre offre et renforcer notre leadership sur le marché.

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Maxime Doki-Thonon : Nous souhaitons devenir la méta-plateforme pour tous les professionnels du SEO dans le monde entier, et cela reste notre principal objectif cette année. Pour ce faire, nous allons donc poursuivre l'ensemble des actions déjà entreprises, comme la commercialisation de notre offre SEO qui répond à l'ensemble des besoins en netlinking de nos clients, l'accompagnement sur-mesure, à la fois humain et technologique, qui nous différencie de nos concurrents, le développement continu de nouvelles fonctionnalités en phase avec les attentes du marché, l'ajout de nouveaux médias internationaux pour être toujours plus compétitifs et enfin, nous continuerons de rayonner dans la sphère SEO, online et offline, par le biais de l'influence BtoB, l'événementiel ou encore les campagnes de leads generation.

REECH

“

Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Guillaume Doki-Thonon :

2024 a été une année marquée par une belle dynamique de croissance. Notre chiffre d'affaires a progressé de 10 % par rapport à l'année précédente sur le même périmètre, témoignant de la solidité de nos activités.

Sur le plan international, notre expansion s'accélère : plus de 60 % des licences Reech Influence Cloud ont été souscrites avec l'option internationale et nous avons poursuivi notre engagement aux côtés des autorités d'auto-régulation de la publicité en France, en Grèce, en Inde et au Brésil dans le but de promouvoir un marketing d'influence plus responsable.

L'innovation reste au cœur de notre stratégie, avec des avancées significatives sur Reech Influence Cloud, notamment grâce à l'intégration de nouvelles fonctionnalités boostées par l'Intelligence Artificielle.

Enfin, nous avons mis un accent particulier sur l'engagement de nos collaborateurs. Grâce à une enquête anonymisée réalisée chaque mois, nous avons pu mesurer et améliorer l'épanouissement au sein de l'entreprise, qui atteint aujourd'hui une note de 4,3/5.

“

Sur le plan international, notre expansion s'accélère : plus de 60 % des licences Reech Influence Cloud ont été souscrites avec l'option internationale.

”



Guillaume Doki-Thonon
CEO de Reech

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Guillaume Doki-Thonon :

2025 débute avec un changement marquant : notre installation dans les bureaux du Groupe DÉKUPLE à Montreuil. Ce déménagement nous offre un environnement plus spacieux pour accompagner notre croissance et favoriser les synergies avec les autres entités du Groupe, tant sur le plan commercial qu'humain.

Notre ambition internationale reste forte, notamment en capitalisant sur les récentes acquisitions du Groupe en Allemagne et aux Pays-Bas. Nous visons ainsi une part toujours plus

importante de notre chiffre d'affaires à l'international, avec l'objectif que trois quarts de nos licences soient souscrites avec l'option internationale.

L'année sera également marquée par la sortie de la 9^{ème} édition de notre étude annuelle sur le Marketing d'Influence, qui se distingue cette fois par un focus sur la perception des consommateurs. Dès sa première semaine de publication, elle a généré plus de 20 retombées presse, avec des médias comme BFMTV, Les Échos et Stratégies. Pour la première fois, nous présenterons les résultats non seulement à Paris, mais aussi à Lille et à Lyon.

Enfin, avec le projet de la « nouvelle agence », nous comptons démontrer que les influenceurs peuvent jouer un rôle encore plus stratégique dans les campagnes marketing des marques. Nous poursuivons également le développement technologique de nos solutions, en proposant des fonctionnalités toujours plus avancées pour répondre aux évolutions du marché.

LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS



Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Nancy Faure : L'année 2024 a été complexe avec des défis politiques et économiques, notamment la baisse du pouvoir d'achat des Français. Ces défis ont directement influencé la consommation de la presse, déjà sous pression. Malgré ces obstacles, notre équipe a fait preuve d'une grande dynamique et d'une capacité d'adaptation remarquable, ce qui nous a permis de rester compétitifs et proactifs tout au long de l'année.

Parmi nos succès, je tiens à souligner la récompense "Élu Service Clients de l'Année" pour la marque France Abonnements, dès notre première participation. Nous sommes très fiers ! Au-delà, c'est une belle preuve de notre engagement envers l'excellence et de la qualité de notre service, depuis toujours.

Nous avons poursuivi nos approches toujours plus "data oriented" pour améliorer notre performance. Par exemple, nous avons segmenté nos clients et développé des approches personnalisées dans nos centres de contact.

Nous avons également manifesté un grand dynamisme dans la conquête de nouveaux partenaires, ce qui renforce notre position sur notre marché et contribue à diversifier notre base de clients. Ce développement stratégique est essentiel pour notre croissance future.

En termes de digitalisation, nous avons franchi un cap important : plus de 3 commandes sur 4 sont désormais effectuées en ligne, ce qui témoigne de notre transformation réussie vers le commerce digital et de notre capacité à suivre les tendances du marché et les préférences de nos clients.



Nancy Faure

Directrice Générale de Dékuple Solutions Abonnements

Enfin, nous avons fait de grands pas en avant concernant l'intelligence artificielle en formant l'ensemble des équipes, poussées par une dynamique de test & learn mise en place au niveau du Groupe, et dans laquelle notre Pôle est très actif. En effet, nous commençons à l'intégrer à nos processus, avec la mise en place d'outils de génération de contenu, qui libère du temps pour nos équipes, ou encore le test d'un outil de veille pricing.

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Nancy Faure : En 2025, nous nous positionnons avec optimisme, détermination et ambition. Nous croyons fermement que le désir de nos clients de s'informer, de se cultiver et de se divertir restera intact. Notre défi sera de continuer à innover et à adapter nos offres pour répondre à ces besoins changeants. Nous continuerons à renforcer nos activités de promotion et de vente d'abonnements à la presse, en explorant d'autres formes de divertissement numériques

complémentaires, qui viendraient enrichir la relation client. Pour cela, l'excellence en e-commerce, des approches data driven au service de la performance, ou encore la recherche de nouveaux partenaires resteront notre fil conducteur. Une des priorités sera également de travailler sur la valeur client, notamment grâce à la fidélisation et l'up-selling.

Pour 2025, notre objectif est simple : conserver notre position de leader à court et moyen terme, grâce à nos innovations, notre agilité et notre quête permanente d'excellence.



En termes de digitalisation, nous avons franchi un cap important : plus de 3 commandes sur 4 sont désormais effectuées en ligne.





Arnaud Delpierre
Directeur Général de Dékuple Assurance

Quel bilan faites-vous de l'année 2024 ?

Arnaud Delpierre : En 2024, nous avons franchi un jalon important de notre histoire : les 10 ans de DÉKUPLE Assurance. Cette décennie a été marquée par notre engagement continu à anticiper les attentes de nos clients et partenaires, et cette année n'a pas fait exception. Nous avons lancé cinq nouvelles offres stratégiques, visant à répondre aux besoins variés de nos partenaires et à favoriser le multi-équipement de nos clients. Parmi ces nouveautés, nous proposons une offre dédiée au secteur de l'automobile, un segment où nous continuons à développer notre expertise. Une offre d'indemnité journalière en cas d'hospitalisation, pour accompagner nos clients face aux imprévus de la vie, et trois offres de complémentaires santé individuelles, répondant à la

diversité des attentes en matière de couverture santé personnalisée. Ces lancements ont permis d'enrichir notre portefeuille et de renforcer notre positionnement sur des marchés à fort potentiel. Nous avons également innové en termes d'outils et de communication, avec la refonte de notre site Avocotés, qui offre désormais une meilleure expérience utilisateur et une visibilité accrue pour nos produits. Aussi, de nouveaux outils digitaux ont été mis en place pour nos équipes commerciales, renforçant leur efficacité et leur capacité à répondre aux attentes de nos clients et partenaires. L'ensemble de ces efforts se traduit par une satisfaction client exemplaire, puisque 9 clients sur 10 nous renouvellent leur confiance chaque année, un véritable marqueur de notre performance et de notre fiabilité.



Une satisfaction client exemplaire puisque 9 clients sur 10 nous renouvellent leur confiance chaque année, un véritable marqueur de notre performance et de notre fiabilité.



Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Arnaud Delpierre : L'année 2025 sera celle de la continuité et de l'innovation. Nous allons consolider nos partenariats historiques en proposant de nouvelles approches de souscription, basées sur les compétences en data du Groupe DÉKUPLE. Ces avancées nous permettront de mieux anticiper les besoins des clients tout en optimisant les processus d'acquisition. Nous avons également l'ambition de poursuivre notre développement dans le secteur de la santé. Ce domaine, au cœur de nos priorités, continuera de bénéficier d'investissements stratégiques pour offrir des produits encore plus adaptés et performants. Enfin, l'intégration de l'Intelligence Artificielle Générative dans nos processus métiers sera un levier clé pour 2025. Cette technologie nous permettra d'automatiser certains processus, de personnaliser encore davantage nos offres et de renforcer notre capacité d'innovation. Ces initiatives s'inscrivent dans notre vision de long terme : bâtir une offre d'assurance agile, basée sur la data afin de développer le capital client de nos partenaires, en nous appuyant sur la technologie pour façonner l'avenir du secteur.



Nos récompenses en 2024



10
prix pour
l'Agence
DÉKUPLE



**MARATHON
DES SABLES**

2 prix pour
Marathon des Sables
dont l'OR au Grand Prix
de la Data dans
la catégorie Insight.



2 prix
pour **Yoplait** dont
l'OR et Coup de Cœur
du Jury au Grand Prix
de la Data.

Häagen-Dazs

2 prix
pour **Häagen-Dazs**
dont l'OR aux Trophées
du Marketing dans la
catégorie Fidélisation.

BigMat

2 prix
pour **BigMat**
dont l'OR au TOP/
COM dans la
catégorie Marketing
Promotionnel.



2 distinctions
aux **Trophées Études
et Innovations** : elle
a été élue Acteur
insight de l'année et a
eu le Trophée OR Data
& Market Intelligence.



4 prix pour **Tout le monde contre le cancer** dont le Prix Spécial du Jury au Cas d'OR du DOOH et le Prix du Jury au TOP/COM Grand Prix Consumer.



6 prix pour **Hasbro** dont l'OR aux Victoires de la Communication et du Marketing dans la catégorie Expérience.



33 prix pour **Brainsonic**



1 prix pour **Tediber** avec la médaille d'argent au TOP/COM Grand Prix Consumer dans la catégorie Publicité TV.



9 prix pour **Yomoni** et la campagne "On ira tous chez Yomoni" dont le Prix Spécial du Jury dans la catégorie Television Ads.



7 prix pour le **Groupe BPCE** dont l'OR aux Grands Prix de la Communication et aux Golden Awards de Montreux dans la catégorie Campagne de Publicité.



2 prix pour **Bescherelle** dont l'OR au Grand Prix de la Data.



3 prix pour **Peugeot** dont l'OR aux Cas d'OR de l'Innovation Publicitaire dans la catégorie Affichage, storytelling.



1 prix pour **Lenovo** avec l'ARGENT au TOP/COM pour "30 ans du thinkpad".



Les marques qui nous font confiance

Janneau : la TV segmentée boosteur de trafic en magasin

L'enseigne Janneau a choisi TF1 Pub et la solution de mesure omnicanale oKube by Smart TraffiK pour mettre en œuvre des campagnes TV segmentées et en déterminer leur performance.



Offrant des possibilités de ciblage plus précises que la TV linéaire, la TV segmentée nécessite l'utilisation de données de consommation multisources fiables et de technologies de ciblage sophistiquées. Par ailleurs, les créations doivent être adaptées aux différents segments activés.

L'utilisation de la solution oKube a permis de répondre aux besoins en relevant plusieurs enjeux :

- Mesurer la performance de la TV segmentée sur le trafic en magasin
- Définir le taux de répétition minimum afin de maximiser l'impact et ainsi optimiser le Coût Par Visite Incrémentale (CPVI) des prochaines campagnes



4,35 M

vues



1 488

visites incrémentales
soit un uplift de +59%



1 140

vues pour générer
une visite en magasin

Maisons du Monde : des campagnes percutantes pour un trafic décuplé



Maisons du Monde, marque omnicanale engagée, optimise ses campagnes TV et digitales grâce à la solution oKube by Smart Traffik, avec plusieurs objectifs :

- Générer du trafic en magasin et en ligne
- Comparer en temps réel les performances des leviers activés (IPTV, Meta, SEO)
- Piloter efficacement les investissements média.

Grâce à un modèle d'attribution algorithmique et un tracking avancé, oKube mesure la contribution de chaque levier à la conversion,

permettant des ajustements stratégiques en temps réel.

Résultats :

+34 % d'uplift Drive to Store et jusqu'à 5 fois plus de visites en magasin.

Cette approche data-driven révolutionne la mesure omnicanale, offrant une meilleure rentabilité et un marketing plus performant.



+34 %

d'uplift Drive to Store

Le Groupe Fnac Darty, en collaboration avec le Nouveau Bélier

Le groupe Fnac Darty a décidé de confier au Nouveau Bélier la stratégie publicitaire de Darty Max, son service d'abonnement à la réparation.

Une nouvelle campagne TV et digitale « Et la réparation, c'est qui ??? » a été lancée fin 2024, intégrant cette offre dans la saga publicitaire TV de Darty Concepteur Cuisine, initiée en 2022.

Une campagne à très fort impact et des résultats exceptionnels.

Avec une approche créative et humoristique, Le Nouveau Bélier inscrit cette campagne dans une

stratégie de communication efficace et engageante. Plus d'un Français sur deux ont reconnu la campagne après sa première diffusion, un score bien au-delà des standards. Ancré dans le quotidien de jeunes trentenaires, le film met en scène une solution simple et pratique pour la réparation des appareils électroménagers et multimédia. Il souligne également la facilité d'accès à l'offre et sa contribution à une consommation

FNAC DARTY

plus responsable. Après diffusion du dispositif omnicanal, plus d'un tiers des Français se disent prêts à souscrire à l'abonnement Darty Max.

Cette campagne génère également un impact significatif en termes de notoriété et d'image pour l'offre mais également pour l'enseigne Darty.

Monabanq : l'humain avant l'argent avec une campagne émouvante

Monabanq, en collaboration avec Brainsonic, a lancé une campagne publicitaire audacieuse centrée sur l'humain, fidèle à son slogan « les gens avant l'argent ».

monabanq

L'originalité réside dans des personnages en pâte à modeler, créés à la main par l'artiste Inès Pagniez en Bretagne. Ces figures vulnérables et expressives reflètent les interrogations financières avec tendresse et légèreté, en contraste avec la gravité du sujet.



La campagne, diffusée sur TV, digital et affichage, rejette l'intelligence artificielle pour privilégier une voix off humaine, renforçant l'authenticité. Les résultats sont impressionnants : notoriété spontanée en hausse (+9%), trafic web accru (+33%) et ouvertures de comptes multipliées par deux (+110%).

Monabanq réaffirme ainsi son engagement pour un service client accessible et primé (« Élu Service Client de l'Année » 7 fois), en se démarquant des codes bancaires traditionnels. Cette initiative empathique et innovante reflète son ambition de placer l'humain au cœur de ses préoccupations, quels que soient les revenus de ses clients.



+9 %

de notoriété spontanée



+33 %

de trafic web accru



+110 %

d'ouvertures de comptes

LEEM : une campagne choc contre la surmédication

Le LEEM (Les Entreprises du Médicament) a lancé une campagne nationale intitulée « Réduisons le volume », visant à sensibiliser les plus de 65 ans aux risques de surmédication et d'interactions médicamenteuses.

leem
les entreprises
du médicament

Conçue par Brainsonic et Haïku, cette campagne s'appuie sur une idée forte : l'augmentation du volume sonore de la télévision symbolise celle des médicaments consommés avec l'âge. Ce message est illustré par un pictogramme représentant un volume sonore décroissant formé de pilules.

Le slogan, « Moins de médicaments, c'est médicamieux », simple et mémorable, cible les seniors, leurs aidants et les professionnels de santé, en promouvant une prise de conscience collective pour une consommation raisonnée. Le plan média, déployé sur TV, presse, réseaux sociaux et via des influenceurs, a généré 205 millions de contacts et plus de 100 000 clics vers le site du LEEM.

Cette initiative illustre l'engagement du LEEM pour une meilleure santé publique et encourage un dialogue avec les professionnels de santé pour réduire la médication quotidienne. Une campagne percutante et durable face à un enjeu crucial.



Réduisons le volume

Au-delà de 5 médicaments par jour, surtout après 65 ans, demandez à votre médecin ou votre pharmacien si vous pouvez en prendre moins.*



205

millions de contacts



100 000

clics vers le site du LEEM

L'Oréal : formation et fidélisation en pharmacie révolutionnaire

L'ORÉAL

Pour renforcer la fidélité de son réseau de distribution et stimuler la vente prescriptive en dermocosmétique, DÉKUPLE Ibéria a piloté un programme d'apprentissage en ligne conçu sur mesure pour L'Oréal.

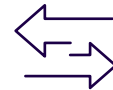
Ce dispositif BtoB et BtoC vise à former les pharmaciens aux marques, gammes et produits du laboratoire, tout en les incitant à recommander ces références auprès de leurs clients. Grâce à une plateforme intuitive, les professionnels accèdent à des modules pédagogiques détaillant les caractéristiques des produits ainsi que les recommandations adaptées.

En parallèle, le programme intègre un système de récompenses incitant à l'engagement. En atteignant leurs objectifs de formation et de vente, les pharmacies bénéficient d'avantages exclusifs, tandis que les consommateurs cumulent des points lors de l'achat de certains produits, échangeables contre des cadeaux attractifs, comme des soins Skinceuticals.



+25 k

utilisateurs enregistrés



+27

millions de points échangés en 2024

Clarel : la fidélisation par l'exclusivité

Afin de stimuler la fréquentation en magasin et augmenter le panier moyen, DÉKUPLE Ibéria a orchestré une opération promotionnelle pour Clarel, avec l'objectif d'inciter les clients à effectuer des achats tout en leur offrant une expérience exclusive et engageante.

Le concept repose sur une offre attractive où pour tout achat d'un montant minimum de 20 € pour les membres du Club DIA ou 25 € pour les non-membres, en magasin ou en ligne, les clients se voient récompensés par une expérience loisir au choix.

Le fonctionnement de cette opération se veut fluide et accessible. Le client réalise un achat chez Clarel, puis télécharge son ticket de caisse sur le site dédié à

l'opération. Une fois la validation effectuée, il reçoit un code cadeau par e-mail à utiliser pour réserver son expérience.

Résultats :

Une campagne engageante qui allie incitation à l'achat et récompense client, renforçant ainsi l'attractivité des magasins et la fidélisation.

clarel



+120 000

tickets téléchargés



+100 000

expériences offertes

BigMat : à la conquête des particuliers

Face au ralentissement de l'activité auprès des professionnels du bâtiment, impacté par la baisse des mises en chantier et des ventes de logements neufs, BigMat a choisi d'élargir son marché en s'adressant à une nouvelle cible stratégique : les particuliers.



Pour accélérer cette transformation et émerger sur le marché porteur de la rénovation énergétique, estimé à plus de 30 milliards d'euros par an (source : ADEME), l'enseigne s'est appuyée sur l'expertise de l'Agence DÉKUPLE pour déployer un dispositif national d'acquisition client.

L'Agence DÉKUPLE a mis en place une campagne marketing massive en activant les canaux les plus pertinents pour capter l'attention des particuliers. En s'appuyant sur des insights data et un ciblage géomarketing avancé, l'agence a structuré un dispositif mix média combinant Native Ads, Social Ads, Display In-App, Rich SMS et emailing, renforcé par des supports en point de vente (PLV en rayon et en caisse).

L'activation a été optimisée en continu grâce à la mesure des performances en temps réel, permettant d'ajuster le ciblage et les créations pour maximiser



l'impact et générer du trafic en magasin. Une analyse des déplacements géographiques a également permis d'identifier les zones de chalandise primaires, secondaires et tertiaires, améliorant ainsi la précision du ciblage et la performance des campagnes.



33 385 079
impressions



5 236 891
de couverture



76 903
clics



33 555
visites en magasin



Deezer : un partenariat au sommet avec Inoxtag



DEEZER

À la suite de la sélection de l'influenceur Inoxtag en tant qu'ambassadeur de la marque Deezer en 2023, Reech a accompagné la marque dans la poursuite de son partenariat avec Kayzen, le documentaire du jeune créateur sur son ascension de l'Everest.

En étroite collaboration avec Inoxtag et son équipe, Reech a imaginé différentes prises de parole afin d'intégrer l'application de streaming musical autour des valeurs de dépassement de soi, de la motivation et dans le storytelling du documentaire.

Ainsi au travers de sa préparation, de son entraînement et de divers contenus (Instagram et YouTube), Inoxtag a partagé ses playlists, les différentes fonctionnalités expérientielles de Deezer et des codes promo, auprès de ses abonnés dans le but de les inspirer à se dépasser et à atteindre leurs objectifs.

Résultats

- 10 contenus (Stories, vidéo de teasing, documentaire YouTube, Live Youtube)
- +77 M de vues (dont près de 42 M de vues sur le documentaire de 2h30)
- Près de 5 M d'engagements
- +19 points de considération gagnés pour Deezer (Top 1 des partenaires de Kayzen les plus appréciés) au travers de l'activation avec Inoxtag (Chiffre étude Kantar x Kayzen 2024)
- +10 points de notoriété pour Deezer (Chiffre étude Kantar x Kayzen 2024)



+77 M

de vues (dont près de 42 M de vues sur le documentaire de 2h30)



Près de **5 M**

d'engagements

Plus de 500 marques nous font confiance

Banque et assurance



Retail



Industrie



Luxe



Alimentaire et boisson



Services



High tech et software



Médias



Loisirs et tourisme



Automobile



Immobilier



Télécom



Caritatif



Les principaux enjeux RH et RSE

par Marie-Laure RICARD,
Directrice Ressources Humaines et RSE Groupe

Quelles ont été les nouveautés RH en 2024 ?

En 2024, notre croissance s'est affirmée sur deux axes : d'une part, par des recrutements organiques au sein du Groupe et, d'autre part, par l'intégration de nouvelles sociétés comme **Coup de Poing** ou **GUD.berlin**. Nos filiales ont également poursuivi leur expansion, à l'exemple de **Convertéo**, qui a ouvert de nouveaux bureaux à **New York** et **Montréal**.

Tout en respectant l'identité et l'autonomie des entités qui nous ont rejoints, nous avons renforcé notre cohésion de Groupe grâce à une communication interne continue et engageante : newsletters, webinaires, sponsoring, et création d'une histoire commune. Nos ateliers et réunions de synergies ont permis de partager nos succès, nos orientations stratégiques, nos résultats et nos valeurs, notamment celles inscrites dans **notre nouvelle charte éthique et politique d'alerte, adoptées par 100 % de nos collaborateurs**.

Enfin, nous avons lancé des projets transverses favorisant la collaboration et le partage des meilleures pratiques. **Notre engagement dans l'intelligence artificielle illustre parfaitement cette dynamique**, témoignant de notre volonté de mutualiser ressources et expertise pour rester à la pointe de l'innovation.

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

En 2025, notre priorité est de **poursuivre notre développement à l'international** tout en accompagnant nos collaborateurs dans cette dynamique. Cela passera par des formations ciblées et une communication adaptée. Le recrutement reste un enjeu central, avec une attention particulière portée à l'intégration de nouveaux talents, mais aussi à l'accueil de stagiaires et d'alternants dans nos différents métiers. Nous continuerons de renforcer notre présence auprès d'écoles de renom, telles que **l'ESCP Business School**, pour accroître notre visibilité auprès des jeunes talents. Pour attirer et fidéliser les collaborateurs, **le rayonnement de notre marque employeur** sera un levier clé. Cela inclut une politique d'onboarding soignée, des initiatives de communication interne et externe, ainsi que des programmes de formation, notamment sur l'intelligence artificielle, pour accompagner la croissance du Groupe.



Nos ateliers et réunions de synergies ont permis de partager nos succès, nos orientations stratégiques, nos résultats et nos valeurs, notamment celles inscrites dans notre nouvelle charte éthique et politique d'alerte, adoptées par 100 % de nos collaborateurs.





Quels sont les enjeux RSE ?

Nous poursuivons le déploiement de notre politique RSE autour des trois piliers : Environnement, Social et Gouvernance.

En 2025, le Groupe continuera de s'investir dans des partenariats structurants, comme avec l'**ONF** ou **Cèdre**, tout en poursuivant nos plans d'actions Impact Carbone, avec une nouvelle mesure en 2025 sur les activités de 2024, étendue au nouveau périmètre.

Nous souhaitons rendre nos collaborateurs **acteurs de ces initiatives**, notamment via la plateforme **Komeet** (anciennement Vendredi), qui propose des idées, des actions concrètes, et une mise en relation avec des associations. En 2024, plus de **550 collaborateurs se sont déjà inscrits**, démontrant leur engagement.

Par ailleurs, chaque société du Groupe contribue à cette dynamique par des initiatives spécifiques. À titre d'exemple, **Smart Traffik** organise chaque année l'événement solidaire "**Courez, vous donnerez**", qui a soutenu cette année une association Coup de Pouce, partenaire de la réussite à l'école.

De plus, un grand nombre de nos collaborateurs se sont investis dans notre «running team», une initiative qui combine bien-être et engagement social. Ce groupe participe à des événements sportifs, non seulement pour promouvoir une vie saine et active, mais aussi

parfois pour soutenir des causes importantes. Le programme de la running team continuera à se développer en 2025, avec de nouvelles initiatives et événements pour encore renforcer notre impact collectif.

Nous sommes convaincus que ces engagements renforcent non seulement notre impact sociétal, mais également l'attachement de nos collaborateurs à notre vision commune.

L'année RH

en quelques chiffres

165

recrutements en CDI



93%

contrats CDI



36,1

ans de moyenne d'âge



727

collaborateurs
bénéficiant de
l'intéressement
ou de la participation

92%

de collaborateurs
formés

5,5 ans

d'ancienneté
moyenne



87

collaborateurs
ont changé de poste ou
de service

17%

effectif à
l'international



52%
d'hommes



48%
de femmes

107

Fidélisation
partenariale

66

Fonctions transverses
Groupe

420

Conseil et
technologie

75

Solutions
Technologiques
Marketing

Répartition
des effectifs
par activités
décembre 2024

Total : 1082

414

Agences créatives
et marketing

10 561

heures de formations
dispensées



RSE

Depuis plus de quinze ans, le Groupe DÉKUPLE s'engage résolument dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), alignée sur ses objectifs stratégiques et les attentes de ses parties prenantes.

Cette initiative vise à anticiper efficacement les besoins de nos collaborateurs, partenaires, clients, fournisseurs et actionnaires, tout en intégrant les nouvelles exigences réglementaires en matière sociale, sociétale et environnementale.

Le Groupe DÉKUPLE est très attaché à la construction, dans la durée, d'un ensemble de multi-entrepreneurs en intégrant des entreprises aux compétences complémentaires, dirigées par des entrepreneurs partageant ses valeurs, tout en restant autonomes dans leur gestion.



Engagé de longue date sur neuf Objectifs de Développement Durable du Global Compact de l'ONU, le Groupe DÉKUPLE a intégré en 2024 les exigences de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) à sa stratégie RSE. Cette démarche permet de positionner plus clairement ses engagements comme un levier stratégique, favorisant à la fois une meilleure gestion des risques et l'émergence de nouvelles opportunités de croissance durable. Ainsi, les clients peuvent facilement identifier les produits et services responsables, tandis que les investisseurs trouvent dans cette transparence un gage de confiance et de solidité.

“

Engagé de longue date sur neuf Objectifs de Développement Durable du Global Compact de l'ONU, le Groupe DÉKUPLE a intégré en 2024 les exigences de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) à sa stratégie RSE.

”



Environnement

> 14 ans de collaboration avec l'ONF

Depuis 14 ans, le Groupe DÉKUPLE collabore avec l'ONF pour promouvoir une gestion durable des forêts françaises et sensibiliser les jeunes générations à leur préservation.

En 2024, cet engagement s'est concrétisé par plusieurs actions majeures, telles que :

- des journées pédagogiques ayant permis à 135 élèves de découvrir la biodiversité et les défis liés à la préservation forestière.
- un projet test en forêt de Compiègne a exploré des alternatives aux protections plastiques avec 300 solutions biosourcées.
- des plantations de chênes et d'arbres fruitiers ont été réalisées avec des tuteurs en bambou pour faciliter un entretien écologique.

Ces initiatives illustrent la volonté du Groupe d'allier sensibilisation, innovation et reforestation durable, en réaffirmant ses valeurs de responsabilité et d'innovation.



> Un arbre pour chaque collaborateur

Engagée en faveur de l'environnement, par l'intermédiaire de la plateforme TreeNation, DÉKUPLE Ibéria a offert un arbre à chaque collaborateur dans le but de prendre part à la reforestation et de contribuer à la lutte contre le changement climatique. Depuis le début de cet engagement, 103 arbres ont été plantés en Tanzanie et à Madagascar.



> Un plan carbone ambitieux

La stratégie carbone du Groupe DÉKUPLE repose sur un principe simple mais ambitieux : mesurer et transformer nos pratiques afin de réduire significativement notre impact environnemental. Réalisé en 2021, notre bilan carbone a mis en lumière quatre principaux postes d'émissions de gaz à effet de serre : les activités liées aux abonnements (63 % des émissions totales), les opérations en Espagne (23 %), les communications clients, et le fonctionnement interne (déplacements, consommation des bâtiments, achats). Ces analyses ont orienté notre stratégie vers des actions concrètes, structurées autour de quatre ateliers carbone pilotés par l'équipe RSE et des experts métiers.

Ces ateliers ont pour objectif de modifier durablement nos pratiques, tout en assurant la pérennité de nos activités. Parmi les résultats obtenus, une charte d'achats responsables a vu le jour, intégrant un scoring des fournisseurs initié en 2024 pour évaluer leur performance environnementale. En parallèle, des tests sur les primes offertes dans nos activités d'abonnement ont permis d'explorer des alternatives aux produits électroniques, qui demeurent très prisés malgré leur impact carbone. Pour atténuer cet impact, nous collaborons avec des fournisseurs utilisant des emballages 100 % recyclables et nous encourageons le recyclage des déchets électroniques, notamment via des dispositifs de reprise gratuite des produits en fin de vie.

Ces initiatives traduisent la volonté du Groupe de conjuguer réduction des émissions et qualité de service. Nous prévoyons un nouveau bilan carbone en 2025 pour mesurer les effets des actions engagées et élargir notre analyse à l'ensemble des activités du groupe. Ce bilan servira de base pour définir une trajectoire carbone ambitieuse à l'horizon 2030 et fixer des objectifs précis en ligne avec notre engagement pour un avenir plus durable.

► Un engagement RSE renforcé : Convertteo et DÉKUPLE Iberia distingués par EcoVadis

L'année 2024 a marqué un tournant pour Convertteo et DÉKUPLE Iberia, deux entreprises engagées dans une démarche RSE ambitieuse. Convertteo a obtenu la médaille d'argent EcoVadis, récompensant son investissement continu en faveur d'un développement responsable et durable. De son côté, DÉKUPLE Iberia s'est distinguée par ses performances exceptionnelles en matière de pratiques éthiques, de responsabilité environnementale et d'achats durables, rejoignant ainsi, avec la médaille d'or, les 5 % des entreprises les mieux notées par EcoVadis.

En 2025, Convertteo entend capitaliser sur cette dynamique en structurant sa politique RSE autour de quatre axes stratégiques : l'impact environnemental, l'éthique des affaires, l'engagement social et l'approvisionnement responsable. L'entreprise ambitionne notamment de réduire significativement son empreinte carbone et d'impliquer encore davantage ses collaborateurs dans cette transformation. Parallèlement, convaincue que la diversité est un levier de réussite, Convertteo poursuit ses efforts pour favoriser l'inclusion et l'égalité professionnelle à travers des politiques RH engagées. Cet engagement s'inscrit dans une volonté de faire de la RSE un moteur de transformation et d'innovation, bien au-delà d'une simple démarche de conformité.



► Brainsonic renforce son engagement pour la mobilité durable

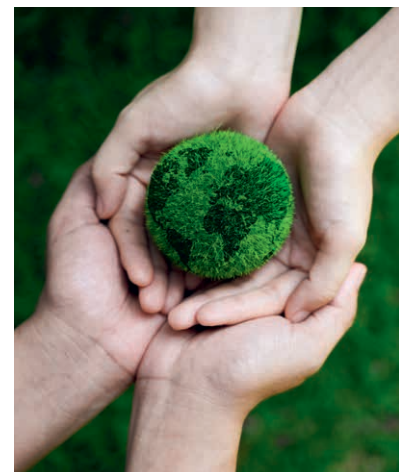
Soutien de la mobilité écologique, Brainsonic poursuit la mise en place d'Atelier Réparation de Vélos. Réglage des freins et des vitesses, contrôle et pression des pneus, nettoyage et lubrification de la chaîne ou encore contrôle et serrage des points de sécurité. Les collaborateurs ont bénéficié d'une 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.

► Une démarche carbone pour une croissance durable

L'engagement environnemental du Groupe DÉKUPLE se traduit également par les actions de nos filiales, notamment DÉKUPLE Ibéria et Convertteo qui ont renforcé leur démarche en mesurant leur empreinte carbone et en posant les bases d'une trajectoire de réduction d'impact.

En 2024, avec EKODEV, DÉKUPLE Ibéria a initié le calcul de son empreinte carbone sur les scopes 1, 2 et 3. Une étape essentielle permettant d'estimer ses émissions de gaz à effet de serre et de mieux anticiper les défis environnementaux à venir.

De son côté, Convertteo poursuit son engagement en mettant à jour son bilan carbone avec EKODEV. Malgré la croissance soutenue de l'entreprise, l'intensité carbone par collaborateur est restée stable. Par ailleurs, cette mesure a permis d'identifier les principaux postes d'émission et d'affiner les actions à mener. En 2025, Convertteo intensifie ses efforts afin d'optimiser ses pratiques et accélérer la réduction de son impact.





Social

> DÉKUPLE Running Team : une année alliant performance et engagement solidaire

Alors qu'ils étaient 29 en 2022 et 63 en 2023, les désormais 95 membres de la DÉKUPLE Running Team ont une nouvelle fois porté haut les valeurs du Groupe en conjuguant performances sportives et élans de solidarité.

À plusieurs reprises, les collaborateurs ont fait preuve d'un bel engagement lors de courses caritatives. En effet, Blandine Callier, assistante de direction générale, s'est distinguée au Triathlon des Roses, organisé en soutien à la Fondation ARC pour la recherche sur le cancer du sein, en décrochant la deuxième meilleure collecte de dons avec le soutien affirmé du Groupe. À peine cette épreuve terminée, quinze de nos coureurs se sont élancés sur les 10 km de la MEMORUN pour soutenir France Alzheimer, association qui contribue activement à la recherche et à l'accompagnement des personnes malades et de leurs proches. Aussi, le Groupe s'est associé à Smart Traffik dans le cadre de l'initiative "Courez, vous donnerez". Le principe était simple : chaque participant parcourait une

distance qui pouvait aller jusqu'à 10km, et pour chaque kilomètre parcouru, 2 euros sont acquis. Grâce à la mobilisation de tous, un chèque de 6 000 € a pu être remis à l'Association Coup de Pouce dont l'action vise à accompagner les élèves dans la réussite scolaire et à lutter contre les inégalités sociales.

Cet ensemble confirme la force d'engagement de la DÉKUPLE Running Team, fière de porter les couleurs du Groupe et d'illustrer, à chaque foulée, notre volonté de conjuguer performance sportive et solidarité.

Portée par cette dynamique, la Team a ensuite brillé lors des 20 km de Paris. Avec 36 collaborateurs finishers, notre équipe s'est hissée à la 15^{ème} place sur 146 dans le challenge entreprises, améliorant significativement sa 37^{ème} position précédente. Cet exploit, fruit de l'esprit d'entraide et de conquête animant l'ensemble de nos coureurs, nourrira l'ambition partagée d'atteindre le Top10 en 2025 tout en mobilisant plus de 50 participants.



> Mobilité durable et flexibilité pour Reech

En 2024, Reech et RocketLinks profitent du déménagement de leur site de Paris vers Montreuil pour accompagner leurs équipes aux changements de modes de transports, en ligne avec leurs engagements environnementaux et de qualité de vie au travail.

Dans ce cadre, le dispositif du Forfait Mobilités Durables a été étendu pour permettre à l'ensemble des collaborateurs de cumuler plusieurs remboursements d'achat ou d'abondements de transports en même temps. Le montant maximum de remboursement a également été rehaussé, de telle sorte à favoriser le développement d'une mobilité plurielle, respectueuse de l'environnement et de la santé de tous. Pour les déplacements de journée, une flotte de vélos et scooters électriques a été mise à disposition des équipes.

Enfin, l'entreprise a renforcé sa politique de télétravail et de flexibilité, notamment en l'ouvrant à un public plus large et en accordant une indemnité d'équipement, limitant ainsi l'impact des trajets quotidiens sur la santé et améliorant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Ce déménagement s'inscrit pleinement dans son engagement en faveur d'une mobilité durable et d'un environnement de travail plus épanouissant.

► Un engagement sociétal renforcé pour un impact durable

Déjà engagé dans des initiatives RSE porteuses de sens, le Groupe DÉKUPLE a renforcé son impact en rejoignant Converteo dans le programme de mécénat de compétences Komeet (anciennement Vendredi). Ainsi, les 39% des collaborateurs inscrits sur la plateforme (+27% sur l'année 2024) peuvent s'investir dans des projets sociaux et environnementaux tout en développant leurs compétences. Sur l'année, 16% se sont engagés avec 150 heures dédiées aux actions, missions et sensibilisations lors du mois du Mentorat, de la Journée de La Terre ou encore de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées.



Au sein de Converteo, où chaque collaborateur peut mobiliser une journée par an sur son temps professionnel pour s'engager auprès d'associations, l'engagement sociétal s'incarne également à travers Komeet. C'est ainsi qu'en 2024, 68,5 jours (dont 59 jours sur le temps personnel et 9,5 jours sur le temps professionnel) ont été investis dans des actions concrètes, avec une forte mobilisation autour de la santé, de l'environnement et de la lutte contre les discriminations.

Au-delà de ces initiatives internes, Converteo a renforcé son engagement auprès du Label Emmaüs en rejoignant son Fonds de dotation et son conseil d'administration, représenté par Raphaël Fétique, cofondateur et senior partner, et Laurent Nicolas-Guennoc, Chief Marketing Officer. Ce partenariat prolonge les missions pro bono menées depuis 2023 pour accompagner la transition numérique du Label. Cet engagement, né d'une intervention inspirante de Maud Sarda, cofondatrice du Label Emmaüs, illustre la volonté de Converteo de mettre ses expertises au service d'une économie plus solidaire.



L'engagement sociétal de Converteo s'est également traduit par son soutien à l'initiative "10 000 coffrets pour Noël", portée par Plume, une entreprise qui cherche à développer l'apprentissage de l'écriture chez les enfants, grâce à l'intelligence artificielle. En finançant l'achat de coffrets d'écriture distribués aux enfants par des associations, telles que Agir pour l'École, Fondation Ronald McDonald ou encore La Ligue de l'Enseignement, Converteo a contribué à offrir un accès élargi à la culture et à l'éducation.

► Hackathon de l'influence pour Perce Neige et Entourage

En 2024, la Fondation Perce-Neige et à l'Association Entourage ont parrainé la 2^e et 3^e promotion du Hackathon de l'Influence Marketing, la formation inter-entreprises de 3 jours de Reech.

Les deux associations ont ainsi pu proposer des cas fictifs issus de leurs enjeux quotidiens, servant de base de travail aux ateliers de mise en pratique et permettant à la vingtaine de participants d'apprendre à construire une recommandation stratégique d'influence marketing. Cette pédagogie, renforcée par la présence des parrains lors des présentations finales de fin de formation, s'inscrit dans l'ADN de Reech entre expertise, apports concrets, et volonté de partager son savoir-faire au plus grand nombre.





Social

➤ Partenariat de choix avec l'ESCP



En lien avec notre ODD Éducation de Qualité, le Groupe DÉKUPLE a scellé un partenariat stratégique avec l'ESCP Business School, illustrant son engagement à favoriser une symbiose entre innovation technologique et excellence académique. Le Groupe a formé les collaborateurs d'ESCP Business School, aussi bien les fonctions supports de l'école, que le personnel pédagogique à l'usage de l'Intelligence Artificielle Générative dans leurs métiers. En leur fournissant des outils concrets et adaptés, nous leur permettons d'exploiter tout le potentiel de l'IA pour optimiser leurs pratiques et enrichir leur approche éducative.

Ce partenariat illustre notre engagement à accompagner la transformation digitale des organisations grâce à des formations innovantes et sur-mesure conçues pour répondre aux besoins spécifiques des équipes administratives et enseignantes. Une nouvelle étape stratégique qui confirme notre position de leader visionnaire dans l'IA appliquée au monde de l'éducation et au-delà.

Par ailleurs, cette collaboration dépasse le simple cadre des formations, tant DÉKUPLE s'engage à participer activement

aux événements organisés par l'ESCP, contribuant à renforcer le dialogue entre le monde académique et les réalités opérationnelles des entreprises. En parallèle, ce partenariat offre aux étudiants de l'ESCP des opportunités concrètes de stages et d'alternances facilitant leur insertion professionnelle tout en enrichissant le vivier de talents du Groupe.

Ce partenariat s'inscrit dans la dynamique stratégique du Groupe DÉKUPLE, qui vise à accélérer l'innovation et à créer des ponts entre l'expertise technologique et la formation des professionnels de la communication et du marketing de demain. En collaborant avec une institution de renommée internationale comme l'ESCP Business School, DÉKUPLE affirme sa volonté de construire le monde de demain où la technologie combine Intelligence Artificielle et intelligence humaine, permettant à ses futurs talents, au travers de workshops, d'être en lien direct avec les problématiques business des entreprises, tout en contribuant au développement des compétences nécessaires pour répondre aux enjeux du marketing et de la data.



DÉKUPLE Iberia solidaire : dons et actions pour les enfants en difficulté

Lors des fêtes de fin d'année, DÉKUPLE Iberia a fait don de plusieurs sacs de denrées alimentaires, organisé une collecte de jouets pour les enfants en situation de vulnérabilité sociale vivant aux alentours de Madrid (par souci de préservation de l'environnement, les jouets trop abîmés ont été recyclés) et un don financier à la Fondation Adeltas.

Cette organisation à but non lucratif se dédie à l'amélioration de la qualité de vie des enfants et des familles confrontés à des difficultés sociales. Cette collaboration est basée sur 4 points :

- L'amélioration de la qualité de vie des mineurs vulnérables.
- La réduction des inégalités et la promotion de l'équité et du respect des droits.
- Le plein respect des personnes au premier plan.
- Une gestion responsable et transparente des fonds fournis par leurs partenaires et contributeurs.

Gouvernance

“

Chaque année, de nouveaux jalons sont posés afin d'assurer un cadre de travail plus inclusif et en phase avec les réglementations en vigueur.

”



Nouvelles Chartes Éthique et Politique d'Alerte

Cette année, le Groupe DÉKUPLE a renforcé ses engagements en faveur d'un environnement de travail sain et respectueux avec la transformation de son Code de Conduite en une Charte Éthique. Celle-ci fédère collaborateurs et parties prenantes autour des valeurs du Groupe : esprit de conquête, respect et entraide. Elle met l'accent sur la santé, la sécurité et la lutte contre toutes formes de discrimination et de harcèlement.

La Politique d'Alerte a également été révisée pour mieux s'adapter à la structure du Groupe, introduisant des référents spécifiquement formés dans chaque équipe pour identifier et traiter les comportements inappropriés.

Plus qu'adhérer à la nouvelle Charte Éthique et à la Politique d'Alerte, l'ensemble des collaborateurs du Groupe suivent une formation à la sensibilisation sur le harcèlement et la discrimination, afin de promouvoir un cadre de travail sûr et respectueux.



Diversité, l'Inclusion et le Développement Durable, l'engagement fort du Groupe DÉKUPLE

En tant que signataire de la Charte de la Diversité, le Groupe DÉKUPLE réaffirme son engagement envers l'inclusion et la diversité. À travers cette initiative, le Groupe bannit toute forme de discrimination, promeut une culture managériale respectueuse des différences et favorise une représentation plus inclusive de la société au sein de ses effectifs, à tous les niveaux de responsabilité. Ces principes sont intégrés dans ses pratiques RH et managériales afin de renforcer la cohésion et le bien-être au travail. En sensibilisant ses collaborateurs, partenaires et clients à ces enjeux, DÉKUPLE contribue activement à un environnement professionnel plus équitable et ouvert.

Dans cette continuité, DÉKUPLE Ibéria met en œuvre un plan ambitieux en faveur de l'égalité et de l'intégration pour la période 2023-2027. Chaque année, de nouveaux jalons sont posés afin d'assurer un cadre de travail plus inclusif et en phase avec les réglementations en vigueur. En 2024, ce plan a permis de concrétiser des avancées significatives et d'identifier des axes d'amélioration pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes. L'agence soutient également la communauté LGBTQIA+ en intégrant une politique de non-discrimination à son Code Éthique et de Conduite. En parallèle, DÉKUPLE Ibéria adhère depuis 2021 au Code de Bonnes Pratiques de l'Association espagnole des cadres et directeurs (EJE&CON), favorisant l'accès des talents à tous les postes de direction sans distinction de genre. À travers ces actions, DÉKUPLE et ses entités s'inscrivent dans une démarche de transformation durable, où performance et responsabilité sociétale avancent ensemble vers un avenir plus inclusif et équitable.



Bien-être et engagement

Le bien-être et l'engagement des collaborateurs sont au cœur des préoccupations du Groupe DÉKUPLE. Par exemple, nos filiales Reech et Converteo illustrent cette ambition en obtenant des résultats significatifs en matière de satisfaction et de qualité de vie au travail.

Cette année, Reech et RocketLinks ont intégré l'outil Poplee Engagement, déjà présent au sein du Groupe, afin de mesurer et renforcer l'engagement de ses équipes. Cette démarche a permis d'enregistrer un taux de satisfaction de 4,3 sur 5, témoignant d'un environnement de travail apprécié et porteur de sens.

De son côté, Converteo se distingue une nouvelle fois en figurant dans le Top 3 du classement HappyIndex®AtWork de ChooseMyCompany pour la troisième année consécutive. Avec une note globale de 4,43/5 et 86 % des collaborateurs prêts à recommander l'entreprise, cette reconnaissance confirme l'impact des initiatives mises en place pour favoriser un cadre de travail épanouissant et inclusif. Ces résultats illustrent l'engagement du Groupe DÉKUPLE pour des environnements collaboratifs, innovants et épanouissants.

Sponsoring

➤ Trois années aux côtés de William Mathelin-Moreaux

Depuis 2022, le Groupe DÉKUPLE est engagé en tant que sponsor-titre auprès du skipper William Mathelin-Moreaux, un partenariat incarnant pleinement les valeurs du Groupe que sont l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

Débutant avec un Class40 aux couleurs de DÉKUPLE, symbolisant l'alliance entre performance et innovation, cette aventure est marquée par une participation remarquable à la Route du Rhum 2022. Les courses se sont succédées, que ce soit la Rolex Fastnet Race ou la 40 Malouines Lamotte, tout comme l'implication de nos collaborateurs, clients et partenaires qui ont pu naviguer à bord du bateau ou se rendre dans les villages de départs et d'arrivées de certaines courses.

L'année 2024 fut une année riche entre la construction d'un nouveau Class40 DÉKUPLE, la participation de William à plusieurs courses, dont la Transat Québec Saint-Malo et surtout sa participation aux Jeux Olympiques de Paris en qualité de porteur de la flamme. Après ces trois années d'un partenariat



exceptionnel, marqué par des défis sportifs et une belle aventure humaine ayant su mobiliser nos collaborateurs, notre logo se réduit sur la voile au profit de l'association Les Invincibles qui lutte contre la maladie de Charcot, fondée par Olivier Goy, entrepreneur dans l'âme, fondateur de plusieurs entreprises. Ce dernier continue à innover et à porter des projets ambitieux malgré la SLA (Sclérose Latérale Amyotrophique) qui l'a frappé en 2020. Le Groupe est honoré de prendre part à cette transformation porteuse de sens, qui fait écho à notre Groupe de multi-entrepreneurs aux côtés de William et des Invincibles afin de faire rayonner ce combat, sensibiliser et mobiliser.



Analyse financière et stratégie d'investissement

par Emmanuel Gougeon,
Directeur Général Adjoint Groupe Finances, M&A & DSI

Le Groupe DÉKUPLE est solide financièrement et dispose des ressources nécessaires pour financer sa croissance

Les résultats de l'exercice 2024 attestent de la robustesse financière du Groupe DÉKUPLE et de la résilience de son modèle diversifié malgré un environnement difficile.

La conjoncture marquée par des incertitudes économiques et une prudence accrue des annonceurs a impacté certaines de nos activités. Cependant, notre leadership en Intelligence Artificielle et notre expertise technologique nous ont permis de poursuivre notre trajectoire de croissance. Nous avons enregistré une progression du chiffre d'affaires de +9,1 %, atteignant 217,8 millions d'euros, et une hausse de la marge brute de +4,8 %, s'élevant à 169 millions d'euros. Par ailleurs, malgré l'intensité de nos investissements, nous avons consolidé notre rentabilité avec un EBITDA de 23,6 millions d'euros, représentant 13,9 % de la marge brute, et un résultat net part du Groupe de 10,1 millions d'euros. Bien que ce dernier soit en baisse par rapport à 2023, il témoigne de notre capacité à maintenir une forte rentabilité malgré les défis du marché.

Notre solidité financière demeure un atout clé, avec une trésorerie brute de 58 millions d'euros et une gestion rigoureuse de nos investissements. L'accélération de notre stratégie de croissance externe s'inscrit dans une logique financière maîtrisée, nous permettant de financer nos acquisitions tout en maintenant une trésorerie nette positive.

Une transformation réussie vers la communication et le data marketing

Le marketing digital constitue aujourd'hui le principal moteur de notre développement, représentant 65,6 % de notre chiffre d'affaires consolidé. La croissance de ces activités a été portée en 2024 par le développement régulier de nos activités de conseil et l'expansion de nos activités d'agences et solutions, renforcées par des acquisitions stratégiques comme celles du Nouveau Béliet, de Ereferer, de Coup de Poing, de GUD.Berlin en Allemagne, de Selmor et Dotcontrol aux Pays-Bas. Ces opérations nous ont permis d'accroître notre présence sur des marchés clés et de renforcer notre offre en communication, data marketing et activation digitale.

Une stratégie d'acquisitions ciblée en France et en Europe pour devenir un leader européen de la communication et du data marketing

Nous avons accéléré notre développement international en intégrant des expertises complémentaires à travers plusieurs acquisitions stratégiques. Notre approche repose sur un modèle de « multi-entrepreneurs », dans lequel nous accompagnons les dirigeants dans leur croissance tout en préservant leur identité et leur dynamisme. La montée progressive au capital de ces sociétés permet une intégration dans la durée et limite les risques, tout en maximisant les synergies avec nos activités existantes. Nous continuons également de renforcer notre ancrage européen en explorant activement de nouvelles opportunités d'acquisition, notamment dans le data marketing et la

communication digitale. Parallèlement, nos activités technologiques en mode SaaS – Reech Influence Cloud, RocketLinks et Ividence – s'exportent progressivement au-delà du marché national, avec une ambition de déploiement à plus grande échelle.

L'innovation et la technologie, moteurs de notre rentabilité

L'Intelligence Artificielle est désormais au cœur de nos métiers, générant des gains de productivité significatifs. En 2024, nous avons intensifié son intégration en déployant des formations à grande échelle, favorisant son adoption dans toutes les fonctions de l'entreprise. Concrètement, ces avancées optimisent nos processus, de l'analyse de données à la production de contenu, renforçant ainsi notre efficacité et notre capacité d'innovation au service de nos clients. Globalement, nos investissements en R&D, qui ont dépassé 5 millions d'euros en 2024, sont largement orientés vers l'IA et l'automatisation. Une part majeure de ces fonds a été consacrée à la plateformes de nos offres, accélérant la transformation de nos modèles économiques. Nos solutions technologiques, notamment en mode SaaS, affichent une rentabilité supérieure aux modèles traditionnels d'agence et contribuent directement à l'amélioration de notre marge. Notre stratégie d'innovation repose sur une feuille de route ambitieuse, visant à développer des solutions performantes et différenciantes, tout en optimisant nos coûts internes. Convaincus que la technologie est un levier clé de notre compétitivité, nous poursuivons cette dynamique avec l'ambition de renforcer notre leadership et d'anticiper les évolutions du marché.



Forte croissance organique et diversification de nos activités

À périmètre constant, nous enregistrons une croissance organique de +7,4 % de la marge brute, supérieure à celle du marché, confirmant la pertinence de notre positionnement et de notre stratégie. Nos activités BtoB ont ainsi compensé le ralentissement du BtoC, qui a néanmoins poursuivi d'importants investissements commerciaux pour acquérir de nouveaux clients récurrents malgré un contexte de consommation défavorable.

Dans un marché en mutation, notre croissance organique se distingue par sa forte dynamique, particulièrement dans nos activités de conseil, qui demeure supérieure à celle du marché. Certaines offres nouvelles ont rencontré un franc succès en 2024, comme les nouvelles solutions proposées par Reech ou Smart Traffik.

La profitabilité, un axe clé pour le Groupe

Nous avons pour ambition d'optimiser notre rentabilité et de l'amener au niveau des références du marché, notamment dans nos activités de Conseil et d'Agences & Solutions, tout en maintenant leur dynamique de croissance. D'une part, nous avons renforcé les synergies de revenus entre nos quatre activités (Conseil, Agences & Solutions, Magazines et Assurances), notamment en maximisant leurs complémentarités sectorielles et géographiques. D'autre part, lorsque nos tests ne rencontrent pas leur marché, nous ajustons rapidement nos investissements afin de réallouer nos ressources vers les segments les plus porteurs. C'est dans cet esprit que nous avons mené une restructuration ciblée de certaines activités en perte. Cela s'est également traduit par le regroupement de plusieurs entités de taille sous-critique, comme les agences Coup de Poing et Leoo, pour renforcer leur efficacité opérationnelle. Parallèlement, nous adoptons de plus en plus une logique industrielle sur les fonctions support transversales en les mutualisant et en les automatisant.

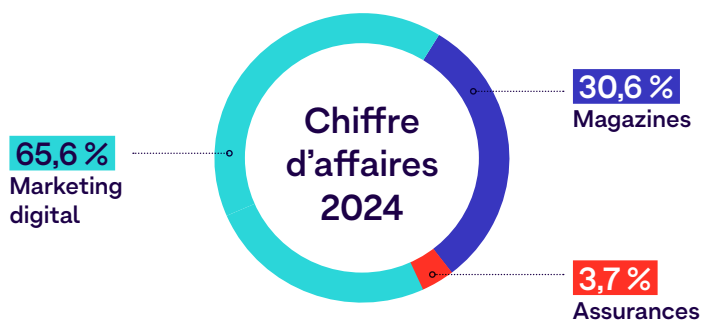
Surperformance de l'action DÉKUPLE en 2024

En 2024, nous avons poursuivi notre communication auprès des investisseurs et de la presse financière, afin de mieux ancrer la compréhension de notre modèle de croissance sur les marchés.

Dans un environnement boursier contrasté, l'action DÉKUPLE a enregistré une progression de +21 % sur un an, surpassant largement les indices de référence et les performances du secteur. Cette évolution reflète la confiance des investisseurs dans notre stratégie et notre capacité à conjuguer croissance, innovation et rentabilité.

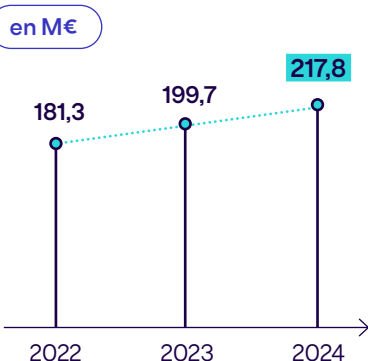
Notre solidité financière, notre positionnement unique et notre modèle agile nous permettent d'aborder l'avenir avec confiance. Nous restons pleinement engagés à créer de la valeur pour nos actionnaires et à poursuivre notre trajectoire de développement durable, en capitalisant sur notre expertise en communication, data marketing et technologie.

Nos chiffres clés annuels

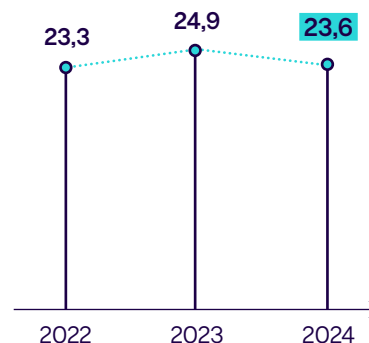


Ebitda retraité*
23,6 M€
 13,9 %
 de la marge brute

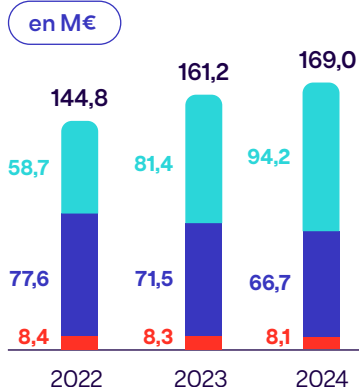
Chiffre d'affaires
217,8 M€
 + 9,1 %



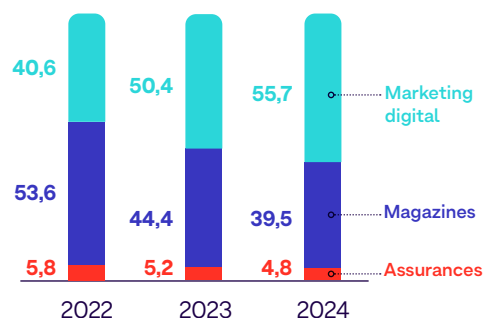
en M€



Marge brute
169,0 M€
 + 4,8 %



en %

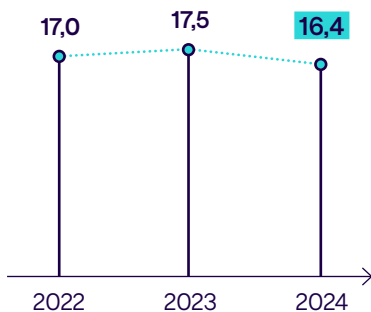


*EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyer

Résultat opérationnel courant

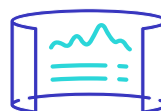
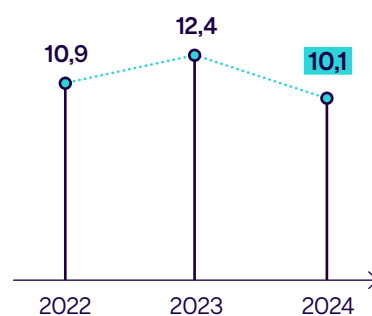
16,4 M€

en M€



Résultat net part du groupe
10,1 M€
6,0 %
de la marge brute

en M€



Dividende par action (en €)

0,88
en 2022

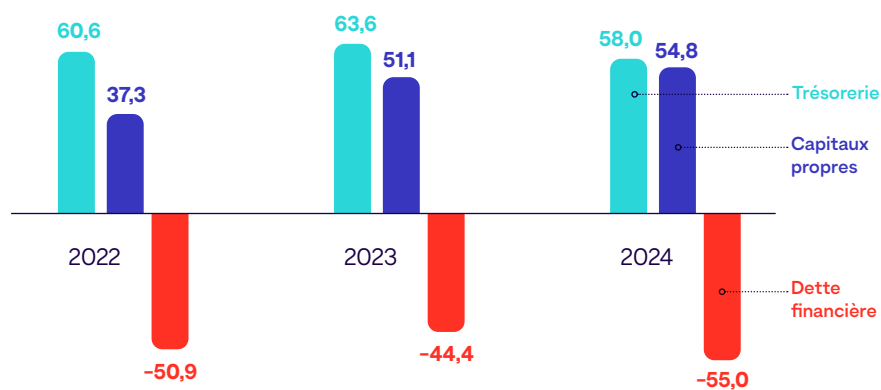
1,04
en 2023

0,76
en 2024



Structure financière

en M€







Cahier financier

SOMMAIRE

1.	RAPPORT DE GESTION	73
2.	RAPPORT DE DURABILITÉ.....	90
3.	RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	140
4.	DESCRIPTIF DU PROGRAMME DE RACHAT	172
5.	RAPPORT SPÉCIAL SUR LES OPÉRATIONS D'ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES DIRIGEANTS.....	174
6.	ÉTATS FINANCIERS.....	176
7.	RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	245
8.	ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2024	254



1. RAPPORT DE GESTION

1.1. ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS	74
1.2. LES COMPTES DE L'EXERCICE.....	84
1.3. ÉVÈNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE, ÉVOLUTION PRÉVISIBLE ET PERSPECTIVES	87
1.4. OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ.....	88

1.1. ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS

1.1.1. Présentation générale

DÉKUPLE est un leader européen de la communication et du data marketing. 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 218 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024. Présent en Europe, en Amérique du Nord 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 communication et data marketing.

Le Groupe se décompose en **quatre activités principales** :

1. Conseil (25,4 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

Les activités de Conseil *en stratégie digitale et data* sont mises en œuvre par Converteo. Avec plus de 400 consultants et experts au service de la performance business, marketing et commerciale, situés en France, Espagne, États-Unis et Canada, Converteo assiste ses clients dans l'optimisation des offres, produits et services, grâce à une expertise en Data Analyse, Data Science et Data Engineering.

2. Agences et Solutions (40,3 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

Présentes en France, Espagne, Portugal, Allemagne, Pays-Bas et Chine, les agences créatives et de marketing digital du Groupe combinent expertise et complémentarité pour répondre aux enjeux spécifiques de chaque client. Chacune des entités du Groupe (Brainsonic, Le Nouveau Béliet, Reech, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Dékuple Iberia, l'agence Dékuple, Groupe Grand Mercredi, Coup de Poing, GUD.Berlin, Selmore et Dotcontrol) apporte une approche unique : stratégie, data, créativité ou performance digitale. Ses solutions technologiques (Leoo, RocketLinks, Ereferer, Ividence et Smart Traffik) repoussent les limites de l'innovation pour optimiser chaque étape du parcours client. En associant data, intelligence artificielle et outils digitaux avancés, les agences et solutions du Groupe permettent de concevoir des dispositifs cross-canal sur mesure et novatrices 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.

3. Magazines (30,6 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

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.

4. Assurances (3,7 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

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.

Le Groupe a pour ambition de devenir un leader européen de la communication et du data marketing en 2025.

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 2024

1. Croissance solide des activités

Le Groupe DÉKUPLE a enregistré en 2024 une croissance solide de ses activités. Le chiffre d'affaires consolidé s'établit à 217,8 M€, en croissance de + 9,1 % par rapport à 2023, tandis que la marge brute du Groupe s'établit à 169,0 M€, en croissance de + 4,8 %. Le Groupe continue de croître et son mix d'activités confirme sa résilience dans un environnement économique plus contraint.

Les activités de Marketing Digital ont été les principaux moteurs de cette performance. Représentant désormais 65,6 % du chiffre d'affaires consolidé contre 60 % l'année précédente, ces activités ont maintenu l'intensité de leur développement avec une progression de leur marge brute de +15,8 % par rapport à 2023. Cette performance repose sur la croissance régulière des activités de conseil, le développement des agences et solutions marketing, l'expansion internationale des expertises et l'intégration de nombreux nouveaux savoir-faire avec notamment la pleine contribution sur l'ensemble de l'exercice de l'agence Le Nouveau Béliet, experte en stratégie publicitaire pour le Retail, ainsi que l'intégration de Ereferer, plateforme de netlinking automatisé, de GUD.Berlin, agence de communication allemande, et de Coup de Poing, agence experte en fidélisation client BtoB.

Cette dynamique des activités de Marketing Digital a permis de compenser le ralentissement des activités BtoC, qui, malgré un environnement de consommation difficile, poursuivent leurs investissements dans l'acquisition de clients récurrents. Dans un marché de la presse en net retrait, l'activité Magazines résiste avec un recul limité à - 6,7 %, tandis que l'activité Assurances reste performante grâce à son approche marketing innovante en complémentaire santé.

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

Chiffre d'affaires			
En M€	2024	2023	Variation
Marketing digital	142,9	119,8	+ 19,3 %
Magazines	66,7	71,5	- 6,7 %
Assurances	8,1	8,3	- 2,6 %
Total Annuel	217,8	199,7	+ 9,1 %

Marge brute			
En M€	2024	2023	Variation
Marketing digital	94,2	81,4	+ 15,8 %
Magazines	66,7	71,5	- 6,7 %
Assurances	8,1	8,3	- 2,6 %
Total Annuel	169,0	161,2	+ 4,8 %

2. Nouvelles acquisitions et accélération du déploiement international

2.1. Acquisition de 100% du capital de Ereferer, plateforme de netlinking automatisé

En juin 2024, le Groupe, par l'intermédiaire de sa filiale Rocket Marketing, a acquis 100% du capital de Ereferer, une plateforme innovante spécialisée dans le Netlinking automatisé.

Cette acquisition stratégique permet à Rocket Marketing de renforcer son offre sur le marché du Brand Content et, plus précisément, du Netlinking (cf. 1.1.3 évolution des activités).

Ereferer, une entreprise rentable et en pleine croissance sur le marché européen, permet au Groupe DÉKUPLE de consolider sa position de leader technologique et de services dans le domaine du data marketing, tant en France qu'en Europe.

Ereferer est consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE depuis le 1^{er} juillet 2024.

2.2. Prise de participation majoritaire au capital de la société Coup de Poing

Au quatrième trimestre 2024, le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a conclu une prise de participation majoritaire au capital de la société Coup de Poing, agence experte en fidélisation client BtoB.

RAPPORT DE GESTION

La fidélisation étant au cœur de la stratégie du Groupe DÉKUPLE, ce rapprochement vise à intégrer sa filiale spécialisée, Leoo, au sein de Coup de Poing. L'objectif est de combiner les expertises complémentaires des deux entités afin de former un acteur incontournable sur le marché (cf. 1.1.3 évolution des activités).

L'ambition du Groupe DÉKUPLE est de continuer à innover dans l'expertise stratégique de la fidélisation en poursuivant l'intégration de l'intelligence artificielle, notamment pour l'internationalisation des sites, le traitement automatique des bases de données, la création ou l'optimisation des process. Cette approche permettra de garantir à ses clients des solutions performantes, adaptées aux défis de demain, et de positionner le Groupe comme un leader sur le marché français, avec l'objectif de s'ouvrir progressivement au marché international.

Coup de Poing est consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE depuis le 1^{er} octobre 2024.

2.3. Prise de participation majoritaire dans l'agence GUD.berlin

Au quatrième trimestre 2024, le Groupe, via la société Dékuple Ingénierie Marketing, a pris une participation majoritaire dans GUD.berlin, agence de campagnes publicitaires allemande. Cette acquisition stratégique vise à soutenir le déploiement du Groupe à l'international et à élargir son portefeuille de compétences dans le marketing d'engagement, afin de mieux servir ses clients grands comptes et ETI (cf. 1.1.3 évolution des activités).

Ce partenariat renforce l'ambition du Groupe DÉKUPLE de poursuivre sa croissance tant organique que par des acquisitions ciblées, dans le but de diversifier ses activités et d'enrichir son offre afin de mieux servir ses clients grands comptes à l'international. Le Groupe souhaite également capitaliser sur les synergies et les compétences complémentaires, tout en privilégiant un modèle multi-entrepreneurial. GUD.berlin conservera une large autonomie stratégique et opérationnelle, lui permettant de poursuivre son développement tout en bénéficiant des opportunités commerciales offertes par l'écosystème du Groupe DÉKUPLE.

GUD.berlin est consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE depuis le 1^{er} octobre 2024.

2.4. Prise de participation majoritaire dans l'agence créative Selmore (Amsterdam) et l'agence digitale DotControl (Rotterdam)

En décembre 2024, le Groupe, via la société Dékuple Ingénierie Marketing, a pris une participation majoritaire dans le sous-groupe Dékuple Netherlands, incluant l'agence créative Selmore (Amsterdam) et l'agence digitale DotControl (Rotterdam). Cette acquisition vise à diversifier ses activités et élargir son offre pour mieux accompagner ses clients grands comptes à l'international (cf. 1.1.3 évolution des activités).

En s'appuyant sur son modèle multi-entrepreneur, le Groupe entend exploiter les synergies et compétences complémentaires des entités intégrées, tout en préservant leur autonomie stratégique et opérationnelle. Selmore et DotControl conservent ainsi leur indépendance tout en bénéficiant des opportunités commerciales et des ressources offertes par l'écosystème DÉKUPLE.

Cette alliance stratégique représente une étape majeure pour les trois entreprises, qui ambitionnent de conquérir de nouveaux marchés, de créer de la valeur pour leurs clients et de redéfinir l'avenir du marketing et de la communication en Europe.

Dékuple Netherlands sera consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE à compter du 1^{er} janvier 2025.

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 (65,6 % du chiffre d'affaires consolidé en 2024 contre 60 % en 2023). Ces activités ont poursuivi leur forte dynamique de croissance en enregistrant une marge brute de 94,2 M€ en progression de +15,8 % par rapport à celle de 2023 qui était elle-même en progression de +38,6 % par rapport à 2022.

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. La croissance de l'activité inclut ainsi un effet de périmètre de 7,0 M€, lié à la consolidation des sociétés acquises au cours de deux derniers exercices. À périmètre constant, la marge brute est en croissance de +7,4 %.

En 2024, la marge brute des activités de marketing digital du Groupe par offre a évolué comme suit :

Marge brute – Marketing digital			
En M€	2024	2023	Variation
Conseil & Technologie	44,8	40,8	+ 9,8 %
Agences & Solutions marketing - France	41,8	35,4	+ 17,9 %
Agences & Solutions marketing - International	7,7	5,1	+ 49,3 %
Total annuel	94,2	81,4	+ 15,8 %

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 73,8 % à fin décembre 2024.

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 2024, la marge brute des activités de conseil a enregistré une croissance de + 9,8 % à 44,8 M€. Cette forte croissance organique de Converteo repose sur 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, la filiale a diversifié ses offres au cours de l'exercice avec le lancement de nouvelles verticales pour répondre aux besoins variés de ses clients actuels et futurs. Elle a également renforcé sa présence internationale par la création d'une filiale aux Etats-Unis et l'ouverture effective de deux bureaux, l'un à New York et l'autre à Montréal. Début 2025, la filiale poursuit son expansion internationale avec la création d'une filiale en Espagne.

Pour soutenir son développement et renforcer sa position dans le domaine de l'intelligence artificielle, Converteo s'appuie sur une IA Factory dédiée aux technologies et à la data. Cette structure permet de tirer pleinement parti des technologies émergentes et des données pour développer des solutions innovantes visant à améliorer la productivité des équipes, l'efficacité des campagnes clients, et l'analyse des données. C'est dans cette optique que s'inscrit la MMM Factory de Converteo, qui facilite la modélisation de la performance incrémentale des actions marketing et média sur les résultats économiques de ses clients.

Enfin, la qualité de la marque employeur de Converteo permet de recruter les meilleurs experts pour accompagner le développement de ses six pratiques 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.

1.2. Agences et Solutions marketing - France

Les offres Agences et Solutions marketing - France enregistrent une marge brute de 41,8 M€, en augmentation de + 17,9 %. Cette croissance inclut un effet de périmètre de 3,5 M€, lié à l'acquisition et la consolidation de nouveaux acteurs : i) depuis juillet 2023, Groupe Grand Mercredi, expert du marketing des plus de 50 ans, et Le Nouveau Béliet, agence de conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail, ii) depuis juin 2024, Ereferer, plateforme innovante spécialisée dans le netlinking automatisé, acquise par l'intermédiaire de la filiale Rocket Marketing, et iii) depuis octobre 2024, Coup de Poing, agence reconnue pour ses solutions BtoB en fidélisation client.

À périmètre constant, l'ensemble des offres affichent une croissance de + 8,9 %, principalement soutenue par le dynamisme des activités en Chine et le développement de solutions technologiques innovantes en France et à l'international. En particulier, les solutions de Smart Traffik (Okube) et de Rocket Marketing rencontrent un succès croissant.

Au 31 décembre 2024, 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 2024, l'agence Dékuple a poursuivi le développement de ses offres pour le retail tout en explorant de nouveaux secteurs comme les biens de consommation courante et les vins et spiritueux. L'agence a notamment concentré ses efforts sur trois axes stratégiques : le renforcement de la connaissance client par l'intelligence artificielle, l'innovation continue des offres de fidélisation avec l'intégration de solutions créatives et data-driven, et la consolidation de son approche intégrée sur toutes les dimensions de la génération de trafic en point de vente.

Au cours de l'exercice, l'agence Dékuple a remporté 10 nouveaux prix qui récompensent ses expertises et permettent de valoriser son savoir-faire auprès des annonceurs.

Dékuple Ingénierie Marketing B2B

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2020 de la société Dékuple Ingénierie Marketing B2B (ex- AWE), et en détient 60,4 % du capital à fin décembre 2024.

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

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

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. Ses activités ont poursuivi leur forte croissance en 2024, avec une marge brute en hausse de + 162 % sur un an, en accompagnant des entreprises dans les domaines de l'industrie, de l'agroalimentaire, du luxe ou de l'éducation.

Rocket Marketing (Reech)

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 2024.

Fondée en 2015 par Guillaume & Maxime Doki-Thonon, Rocket Marketing (Reech) 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 un nombre croissant d'annonceurs 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 environ 100 000 blogs et médias partenaires en France et à l'international permettant aux annonceurs de booster leur notoriété et leur trafic.

En 2024, Rocket Marketing (Reech) a renforcé son développement sur les marchés internationaux à travers notamment sa solution MarTech en SaaS, Reech Influence Cloud, et sa plateforme de gestion des campagnes d'articles sponsorisés, RocketLinks. Ces développements contribuent à soutenir le processus global d'internationalisation du Groupe DÉKUPLE.

En juin 2024, Rocket Marketing (Reech) a acquis 100% du capital de Ereferer. Lancée en 2014, Ereferer est une plateforme automatisée de Netlinking, spécialisée dans l'optimisation des stratégies de marketing digital grâce à des solutions self-service les moins chères et les plus complètes du marché. Avec plus de 65 000 blogs et médias référencés, le catalogue Français et international d'Ereferer permet à n'importe quel annonceur, quel que soit son secteur d'activité, de trouver des spots pertinents pour sa stratégie de netlinking en France et à l'international.

Cette acquisition stratégique permet à Rocket Marketing (Reech) de proposer désormais deux solutions complémentaires :

- RocketLinks : Leader du marché, offrant une assistance unique combinant intelligence artificielle et intervention humaine.
- Ereferer : Une plateforme self-service entièrement automatisée, reconnue pour son efficacité et sa simplicité d'utilisation en matière de Netlinking.

Opérant selon des modèles économiques distincts, RocketLinks et Ereferer continuent de fonctionner de manière indépendante, avec des équipes dédiées et des offres de médias spécifiques.

Par ailleurs, Rocket Marketing (Reech) a poursuivi le développement de son offre « Reech Learning Program » pour 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.

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 2024.

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...).

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.

En 2024, Le Nouveau Bélier a enregistré des performances solides et consolidé ses relations avec ses clients clés en synergie avec les autres entités du Groupe.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} juillet 2023.

Groupe Grand Mercredi

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Groupe Grand Mercredi (GGM) depuis le 15 février 2021 et en détient 67,4 % du capital à fin décembre 2024. GGM est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} juillet 2023.

Fondée en 2016 par Sophie Gaillet, GGM est la première agence media et marketing en France dédiée au marché des seniors. Son modèle repose sur des prestations de conseil et des campagnes de communication menées sur ses propres médias (newsletter et site Internet).

En rejoignant le Groupe en 2021, l'objectif était de créer un acteur français de référence capable d'accompagner les entreprises et les institutions sur les enjeux liés aux seniors. Après trois ans d'intégration, GGM a poursuivi son développement en renforçant son expertise en conseil et en déployant des synergies commerciales et techniques avec le Groupe.

Toutefois, alors que Dékuple accélère son développement en France et à l'international autour de la technologie, de la data et de la créativité sur des verticales sectorielles spécifiques, il apparaît que le positionnement hybride de GGM (média et conseil) nécessite une autonomie stratégique accrue et de nouveaux partenariats adaptés à son marché.

En accord avec Sophie Gaillet et dans l'intérêt du développement futur de GGM, cette dernière reprendra en 2025 la majorité du capital. Le Groupe restera un partenaire privilégié et interviendra en tant que prestataire sur certains projets clients.

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 2024.

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.).

Pionnier dans l'usage de l'IA générative, Brainsonic est un acteur de référence à travers 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.

RAPPORT DE GESTION

Après deux années consacrées au déploiement au sein de l'agence des technologies IA, Brainsonic a déployé en 2024 son pôle dédié à l'IA avec le lancement de Brainsonic.ai, cabinet de transformation dédié à l'intelligence artificielle générative. La société propose à ses clients de bénéficier d'un accompagnement ad-hoc pour s'emparer au mieux de ce game changer. Ainsi Brainsonic.ai, a pour mission de permettre l'intégration et l'exploitation efficace des intelligences artificielles génératives. Cet accompagnement s'appuie sur quatre piliers :

- L'acculturation et la sensibilisation aux enjeux de l'intelligence artificielle, par le biais de conférences pour mettre tous les collaborateurs d'une entreprise au même niveau d'information et de formation sur le thème des outils d'IA génératives.
- La formation (et plans de formation), pour faire monter les équipes en compétence sur l'usage des intelligences artificielles génératives et les rendre autonomes. L'agence a d'ailleurs été choisie par l'EBG pour assurer plusieurs formations à ce sujet.
- La transformation, par l'identification des sujets et des processus pouvant être optimisés et transformés par l'utilisation de l'IA générative.
- L'implémentation et la production, à travers la mise en application concrète et mesurable des projets de la marque : Campagne créatives – Développements technologiques – Avatars AI.

En 2024, Brainsonic a gagné plusieurs nouveaux comptes et remporté 33 prix qui permettent de valoriser l'ensemble de ses expertises et savoir-faire auprès d'un nombre élargi d'annonceurs.

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 2024, Leoo a développé ses technologies pour améliorer ses capacités de collecte et de traitement des données issues de ses programmes relationnels. Les domaines fonctionnels ont continué à être élargis et couvrent désormais les programmes de parrainage et du Club à points existants, ainsi que la gestion de programmes relationnels basés sur un Club Avantages. Son rapprochement avec la société Coup de Poing permettra d'atteindre une masse critique et renforcer notre efficacité opérationnelle.

Coup de Poing

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Coup de Poing depuis octobre 2024 et en détient 51% % du capital à fin décembre 2024.

Fondée en 1985, Coup de Poing est une agence reconnue pour ses solutions BtoB en fidélisation client, motivation des salariés et développement commercial. Elle dispose de son siège et de sa base logistique à Nice, ainsi que d'antennes commerciales à Lyon et Paris.

L'intégration de Leoo, au sein de Coup de Poing lui permet d'enrichir sa gamme de prestations pour couvrir désormais les domaines de la fidélisation BtoB et BtoC, du parrainage, de l'incentive commercial et de l'innovation collaborative. Son offre se distingue également par un large choix de récompenses, incluant des cadeaux physiques, des voyages, des services professionnels et des cartes cadeaux ainsi qu'une logistique maîtrisée de bout en bout.

En complément, ce rapprochement permettra de mutualiser une part importante de sourcing et de logistique. Cette union contribuera à améliorer la qualité du service au bénéfice des clients, tout en renforçant la présence du Groupe dans des secteurs clés tels que le Retail, la Banque, l'Assurance, le BTP, les Services, la Santé, les Biens de consommation et la Technologie.

La société Coup de Poing est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} octobre 2024.

Ividence

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

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

Ividence s'impose comme un acteur majeur des Native Ads dans les newsletters, avec un réseau de 50 éditeurs de premier plan et la gestion de 325 newsletters générant 1,5 milliard d'impressions mensuelles. Au cours de l'exercice 2024, Ividence a enregistré une forte croissance de son activité CRM pour les grandes marques médias, grâce à son outil automatisé "CRM Factory" s'appuyant massivement sur le machine learning. Son offre Display Native, proposant aux éditeurs médias un nouveau format sur leur site web en complément des newsletters, connaît également des développements prometteurs.

En 2024, Ividence a réalisé 54 % 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 2024.

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 140 enseignes et marques représentant plus de 100.000 points de vente.

Smart Traffik contribue à soutenir les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur. Ses solutions innovantes activables rapidement s'articulent autour de deux 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 (LoKal 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 se distingue par sa solution oKube, qui permet d'évaluer en temps réel l'impact des campagnes TV sur le trafic en magasin. Grâce à une technologie avancée et une approche omnicanale, oKube mesure instantanément les retombées des investissements médias. Cette solution offre une vision détaillée de la performance publicitaire et génère automatiquement des rapports, permettant d'ajuster les stratégies marketing pour une optimisation continue.

En 2024, Smart Traffik a enregistré une forte croissance de sa solution innovante en Retail Marketing (oKube), tant en France qu'à l'international, et gagné plusieurs nouveaux comptes, qui permettent de valoriser ses expertises et soutenir son développement. Sa solution de Web-to-Store, LoKal Booster, est également marquée par un développement notable en Espagne grâce aux synergies mises en œuvre avec la filiale espagnole du Groupe. La filiale a enfin lancé de nouvelles fonctionnalités « optimisation segments » pour oKube et « Smart SEO » pour LoKal Booster.

1.3. Agences et Solutions marketing – International

Les offres Agences et Solutions marketing - International enregistrent une marge brute de 7,7 M€, en croissance de + 49,3 %. Cette croissance inclut la première contribution de l'agence de communication allemande GUD.Berlin à hauteur de 3,6 M€. Le Groupe a enregistré de nouvelles avancées à l'international en début d'année 2025 avec l'acquisition simultanée de l'agence créative Selmore et de l'agence digitale DotControl aux Pays-Bas.

Au 31 décembre 2024, les offres d'Agences & Solutions marketing à l'international s'appuient principalement sur les filiales suivantes :

Espagne

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, UNIPESOAL 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 2024, ADLPartner Hispania & Portugal a enregistré une baisse de la marge brute des offres Agences et Solutions marketing (- 20,7 % à 4,1 M€) en raison d'un effet de base défavorable au second semestre. Les filiales contribuent positivement (0,06 M€) au résultat opérationnel courant consolidé.

Allemagne

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société allemande GUD.berlin depuis octobre 2024 et en détient 55 % du capital à fin décembre 2024.

Classée 22^{ème} au palmarès des agences créatives en Allemagne en 2024, l'agence GUD.berlin, fondée en 2009, se distingue par son conseil stratégique et la qualité de ses créations publicitaires. L'agence a non seulement conquis de nombreux clients avec ses campagnes à 360°, mais elle a également remporté des distinctions prestigieuses telles que l'ADC et l'Effie. Parmi ses clients figurent des grandes marques allemandes comme Deutsche Bahn (DB), Kleinanzeigen ou Sky WOW mais également des grands comptes internationaux comme Deezer, Ebay ou Xbox.

Grâce à ce rapprochement réalisé en 2024, le Groupe DÉKUPLE pourra renforcer son offre sur des leviers clés tels que le marketing d'engagement, tandis que GUD.berlin continuera à exceller dans ses domaines de prédilection, incluant la stratégie de marque, la communication publicitaire, les stratégies de contenus et le marketing d'engagement.

Cette alliance stratégique marque une étape clé pour les deux entreprises, qui aspirent à conquérir de nouveaux marchés et à élargir leur offre, tout en créant de la valeur pour leurs clients à travers l'Europe.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} octobre 2024.

Pays-Bas

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société néerlandaise Dékuple Netherlands, incluant les agences Selmore et Dot Control, depuis le 19 décembre 2024 et en détient 51 % du capital.

Selmore, agence stratégique et créative basée à Amsterdam, a été fondée en 2005, notamment par Diederick Hillenius. Sous la direction d'Anja Froeling, l'agence est réputée pour ses « idées directrices » innovantes qui ont façonné des stratégies, concepts créatifs et campagnes percutantes pour des marques de premier plan telles que Škoda, Domino's Pizza, Perfetti van Melle ou encore ASN Bank. L'expertise de Selmore a été récompensée par de nombreux prix nationaux et internationaux, notamment les Effies, les Esprix, le D&AD Graphite Pencil, les Cannes Lions, les Epica et les ADCN Awards.

DotControl, agence d'engagement digital leader basée à Rotterdam, a également été fondée en 2005. Dirigée par Mark Landman et Rutger Buijzen, l'agence est spécialisée dans des projets digitaux stratégiques et la conception de solutions digitales sur mesure pour des clients majeurs, dont Disney, DPG Media, Talpa Network, APG, Škoda et le club de football Feyenoord. DotControl, reconnue pour son expertise technique avancée et sa créativité digitale, a remporté de nombreuses récompenses, parmi lesquelles les Lovies, les Webby's, les Design Intelligence, les Epica et les ADCN Creativity Awards.

En unissant leurs forces, DotControl et Selmore créent un modèle d'agence de nouvelle génération aux Pays-Bas. Ce modèle propose des solutions stratégiques qui combinent données, technologies et créativité, parfaitement adaptées aux besoins évolutifs du marché.

L'intégration de deux nouvelles entités au sein du modèle multi-entrepreneur de DÉKUPLE marque une étape significative dans la stratégie de croissance externe du Groupe visant à consolider sa présence en Europe et à élargir son portefeuille d'expertises pour répondre aux besoins de ses clients internationaux.

L'acquisition ayant été faite en fin d'année aucun chiffre d'affaires ni résultat n'a été pris en compte en 2024. Dékuple Netherlands sera consolidée dans les comptes du Groupe à partir du 1^{er} janvier 2025.

2. Magazines

Les activités d'abonnements magazines (30,6 % du chiffre d'affaires consolidé 2024) 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 2024, le Groupe a maintenu des investissements commerciaux significatifs. Dans un environnement défavorable, les campagnes marketing se sont principalement focalisées sur les segments de clientèle les plus rentables, avec de nouvelles offres et de nouveaux partenaires, afin de soutenir le portefeuille de contrats et consolider le rôle essentiel du Groupe auprès des éditeurs de presse.

Néanmoins, dans un contexte de contraction du marché de la presse, l'offre magazines a enregistré en 2024 un chiffre d'affaires en retrait de - 6,7 % à 66,7 M€, tandis que le Volume d'Affaires Brut¹ s'établissait à 178,6 M€ en baisse de - 6,7 % par rapport à 2023.

Le portefeuille d'ADL actifs au 31 décembre 2024 affiche une diminution de - 6,9 % par rapport à l'année précédente avec 1.884.767 ADL gérés en portefeuille au 31 décembre 2024, contre 2.024.104 un an plus tôt. La bonne tenue de la marge moyenne enregistrée sur ces abonnements a permis de contenir la valeur globale du portefeuille, qui s'élevait à fin décembre 2024 à 98,3 M€, contre 103,4 M€ à fin 2023.

3. Assurances

L'activité Assurance du Groupe DÉKUPLE (3,7 % du chiffre d'affaires consolidé 2024) 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 2024, le chiffre d'affaires de la filiale s'établit à 8,1 M€, en léger retrait de - 2,6 %. Malgré un environnement économique complexe, ADLP Assurances a poursuivi ses investissements commerciaux, engagés en partenariat, à partir de ses fichiers en propre ou à travers des dispositifs digitaux, afin de développer son portefeuille de contrats générateurs de revenus récurrents. La résilience de ses ventes repose sur une approche marketing innovante, en particulier dans le domaine de l'assurance Santé.

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

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

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, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Ividence, Le Nouveau Bélier, Leoo, Smart Traffik et Reech. Ces investissements en R&D représentent annuellement environ 1,4 % 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 2023, le pourcentage d'intérêts dans les filiales a évolué en raison de la livraison d'actions gratuites le 2 avril 2024 de la filiale Converteo désormais détenue à 73,8 % par le Groupe, la cession des titres ADLP Télésurveillance par ADLPartner le 28 juin 2024, l'acquisition le 13 juin 2024 par Rocket Marketing, détenue à 59,6 % par le Groupe, de la filiale Ereferer, la création en juin 2024 par Converteo, détenue à 73,8 % par le Groupe, de la filiale américaine Converteo INC, l'acquisition le 30 septembre 2024 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale allemande GUD.berlin GmbH détenue à 55 % par le Groupe, l'acquisition en octobre 2024 de titres AWE Hong Kong par Dékuple Ingénierie Marketing et l'augmentation du capital AWE Hong Kong réservée à Dékuple Ingénierie Marketing B2B permettant au Groupe de détenir dorénavant 90 % de la filiale chinoise, l'acquisition en cash et par échange de titres Leoo le 18 octobre 2024 du sous-groupe Coup de Poing détenu à 51 % par le Groupe, et l'acquisition le 19 décembre 2024 par Dékuple Ingénierie Marketing des filiales néerlandaises DotControl Webbased Solutions B.V. et Selmore B.V. via la holding Dékuple Netherlands B.V. détenues à 51 % par le Groupe.

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 +27,2 M€ pour s'établir à 98,9 M€. La norme IFRS 5 « Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées » n'a pas d'impact au 31/12/2024 sur les comptes consolidés du Groupe.

Les actifs courants sont en hausse de +9,6 M€. dont +13,8 M€ sur le poste clients en raison de la hausse des activités de Converteo et d'Agences et Solutions Marketing par rapport à 2023. Dans le même temps, le poste fournisseurs est en hausse (+ 8,7 M€). Ceci produit une variation de BFR en hausse par rapport à celle de 2023, conduisant à un tassement de la trésorerie en clôture qui se maintient à 57,8 M€ au 31 décembre 2024, contre 63,4 M€ un an plus tôt. La trésorerie de la société est supérieure au montant des fonds propres.

Les passifs non courants augmentent de +5,7 M€ pour s'établir à 61,2 M€, d'une part, en raison de la prise en compte des dettes de loyers en application de la norme IFRS 16 qui conduit à accroître l'actif (droits d'utilisations) et le passif (dette de location) du bilan de 7,6 M€ - l'impact sur le résultat est non significatif et les modalités précises de mise en œuvre de cette norme sont détaillées dans l'annexe des comptes consolidés – et, d'autre part, en raison des investissements dans Ereferer, GUD.berlin et Coup de Poing, ainsi qu'à la réévaluation de la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires des filiales du groupe.

À 54,8 M€, les capitaux propres enregistrent une hausse de + 3,7 M€, tenant compte principalement du résultat de l'exercice de 10,3 M€, de la distribution du dividende ordinaire versé en juin 2024 au titre de l'exercice précédent pour un montant de 4,1 M€. Par ailleurs, cette évolution tient compte des variations de périmètre de consolidation (- 0,2 M€), de l'impact des acquisitions réalisées au cours de l'exercice (- 3,0 M€) et de l'impact des actions détenues en propre et des attributions gratuites d'actions (+ 0,6 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 +18,1 M€ à 217,8 M€.

La marge brute annuelle est en hausse de +4,8 % à 169,0 M€, contre 161,2 M€ en 2023.

Dans un contexte d'investissements soutenus avec des efforts de recrutement importants, l'EBITDA retraité² s'élève à 23,6 M€, en retrait de - 1,4 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 13,9 % de la marge brute annuelle.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 16,4 M€, en baisse de - 1,1 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 9,7 % de la marge brute annuelle contre 10,8 % en 2023. Cette évolution reflète des dynamiques contrastées : d'un côté, la diminution du résultat d'exploitation de l'activité Magazines en raison d'investissements commerciaux soutenus ; de l'autre, la contribution positive de l'activité Assurances et la solide progression des résultats en Marketing Digital, qui ont permis d'amortir ces effets. Notons que les frais de personnel augmentent en raison des évolutions de périmètre et de la croissance des recrutements.

Le résultat opérationnel s'établit à 14,1 M€, contre 17,5 M€ un an plus tôt. Ce résultat intègre en 2024 des charges non courantes pour un montant total de - 2,3 M€ liées principalement à la dépréciation partielle des goodwill des filiales Groupe Grand Mercredi et Dékuple Ingénierie Marketing B2B (ex-AWE).

Les produits financiers nets et autres produits ou charges financières s'élèvent à +0,8 M€ contre +0,5 M€ en 2023, alors que la charge d'impôt en 2024 s'établit à -4,6 M€ contre -4,5 M€ un an plus tôt.

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 2024, à 10 336 k€ contre 12 880 k€ en 2023. Le résultat net part du Groupe est de 10 061 k€ une fois pris en compte les intérêts des minoritaires.

1.2.2. Les comptes annuels

Les comptes sociaux au 31 décembre 2024 sont arrêtés selon les mêmes méthodes comptables que ceux au 31 décembre 2023.

Le bilan social fait ressortir un accroissement de l'actif immobilisé net de 11,7 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 :

Factures reçues TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu							
En k€	Encours total	0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	Total échu
Au 31 décembre 2024	21 405 425	18 192 521	2 263 897	709 395	14 274	225 337	3 212 904
Total de factures concernées		2 420					306
% du montant total des flux de l'exercice (TTC)		8,8%	1,1%	0,3%	0,0%	0,1%	1,6%

Factures émises TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu							
En k€	Encours total	0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	Total échu
Au 31 décembre 2024 (hors factures exclues)	16 299 218	3 180 512	11 944 305	626 792	136 786	410 823	13 118 706
Nombre de factures concernées		48					805
% du montant total des factures émises dans l'année		4,3%	16,0%	0,8%	0,2%	0,6%	17,6%
Montant total des factures exclues	5 947 745						

La trésorerie de la société mère s'établit à 22,4 M€ en baisse de -11,2 M€.

Les capitaux propres sociaux s'élèvent à fin 2024 à 93,0 M€, en hausse de +7,0 M€ par rapport à leur montant à fin 2023, progression correspondant essentiellement à la différence entre le bénéfice de l'exercice et le dividende distribué au titre de l'exercice précédent.

Avec 73,4 M€, le chiffre d'affaires enregistre un retrait de -5,7%. Le résultat d'exploitation s'établit à 12,7 M€ en 2024 contre 17,3 M€ en 2023. Ce retrait est dû principalement au maintien d'importants investissements commerciaux en partenariat.

² L'EBITDA (résultat opérationnel courant avant dotation aux amortissements, impôts et taxes) est retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact 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

De son côté, le résultat financier, en hausse de + 2,2 M€, est positif pour un montant de 2,7 M€. Le résultat exceptionnel s'établit à -0,9 M€ et intègre principalement des bonis et malis liés à l'attribution d'actions gratuites (-0,2 M€), ainsi que d'indemnités de licenciements et de dépenses liées aux licenciements économiques (-1,1 M€).

Avec l'intégration fiscale des filiales ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Dékuple Conseil et Technologie, Dékuple DMC, Ividence, la charge d'impôts sur les sociétés s'établit à 2,4 M€, contre 3,3 M€ un an plus tôt.

Dans ces conditions, le bénéfice net social de l'exercice 2024 enregistre une progression de +30,6 % en s'établissant à 11.158.159 €.

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 2024, une somme de 38 428 € a été comptabilisée au titre des dépenses et charges non déductibles fiscalement des bénéficiaires, visées à l'article 39-4 dudit Code, correspondant à une charge d'impôt de 9 607 €. 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 2024 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 0,76 euro par action et d'affecter le résultat 2024 comme suit :

Bénéfice De l'exercice	11 158 158,91 €
Auquel s'ajoute le report à nouveau	54 697 792,88 €
Formant un bénéfice distribuable	65 855 951,79 €
<hr/>	
Dividende de 0,76 € à 3 972 337 actions	3 018 976,12 €
Affectation aux autres réserves	1 000 000,00 €
Affectation au report à nouveau	61 836 975,67 €
Total affecté	65 855 951,79 €

Le montant ci-dessus affecté au dividende tient compte du nombre d'actions auto-détenues au 28 février 2025 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 20 juin 2025.

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%
2021	3 509 840 €	3 988 454	0,88 €	0,88 €	-
2022	3 499 344 €	3 976 527	0,88 €	0,88 €	-
2023	4 117 402 €	3 959 040	1,04	1,04	-

1.2.4. Portefeuille d'abonnements

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par le Groupe était de 1 884 767 abonnements au 31 décembre 2024 ; il atteignait 2 024 104 abonnements au 31 décembre 2023. 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 103,4 M€ au 31 décembre 2023 à 98,3 M€ au 31 décembre 2024.

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 31/12/2024*	au 31/12/2023*
ADLPartner France	97 907	102 968
ADLPartner Hispania	351	407
Total	98 258	103 375

* valeur de portefeuille selon la norme IFRS15

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

Dans un environnement économique incertain en ce début d'année 2025, le Groupe DÉKUPLE démontre sa résilience et poursuit sa stratégie de consolidation de son leadership européen en communication et data marketing. Grâce à une assise financière solide, le Groupe maintient ses investissements dans les activités Magazines et Assurances afin de développer ses portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Parallèlement, l'expansion du Marketing Digital s'accélère, portée par la croissance organique et des acquisitions ciblées. Fidèle à sa dynamique de développement, DÉKUPLE reste en veille active pour saisir de nouvelles opportunités de croissance, en France comme à l'international, afin d'élargir son expertise et renforcer sa capacité à accompagner le développement de ses clients.

1.4. OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ

1.4.1. État de la participation des salariés au capital social

A la connaissance de la société, l'actionnariat salarié au 31 décembre 2024 représente environ 4% 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;
- 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 ;
- 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.

1.4.2. Récapitulatif des opérations réalisées en 2024 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	10 800 €	300	36,00 €	0 €	0	0,00 €

1.4.3. Programme de rachat d'actions

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2024, 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 16 juin 2023 (pour la période du 1er janvier 2024 au 13 juin 2024) et par l'assemblée générale du 14 juin 2024 (pour la période du 14 juin 2024 au 31 décembre 2024). 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 2024, la société ADLPartner a acquis 35 101 actions et a vendu 20 458 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 33,75 € ; le cours moyen de ces ventes a été de 35,26 € ;
- la rémunération allouée à Natixis (incluant celle due à Oddo BHF), pour l'exercice 2024, 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 2024, la société a remis 19 425 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 16 décembre 2022 (plan A) et 17 décembre 2021 (plan B) par le conseil d'administration.

Le nombre des actions inscrites au nom de la société au 31 décembre 2024, ayant comme finalité d'assurer l'animation et la liquidité du titre, était de 4 033, représentant 0,10 % de son capital au 31 décembre 2024. Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 148 615,96 € et leur valeur nominale totale était de 6 274,12 €.

A ces 4 033 actions, s'ajoutent 188 425 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 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, du 16 juin 2023 et du 14 juin 2024 (4,52 % du capital social). Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 4 187 582,39 € et leur valeur nominale totale était de 293 132,02 €.

Globalement, au 31 décembre 2024, la société détenait ainsi 192 458 de ses propres actions (4,62 % du capital social) pour une valeur totale évaluée à leur coût d'achat de 4 336 198,35 € et leur valeur nominale totale était de 299 406,14 €.



2. RAPPORT DE DURABILITÉ

2.1. INTRODUCTION ET CONTEXTE.....	91
2.2. GOUVERNANCE.....	97
2.3. PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE (E)	102
2.4. PERFORMANCE SOCIALE (S)	112
2.5. ANNEXES ET RÉFÉRENCES	125
2.6. LA TAXONOMIE EUROPÉENNE	133
2.7. RAPPORT DE CERTIFICATION DES INFORMATIONS EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE CONTRÔLE DES EXIGENCES DE PUBLICATION DES INFORMATIONS PRÉVUES À L'ARTICLE 8 DU RÈGLEMENT (UE) 2020/852 PAR L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT	136

2.1. INTRODUCTION ET CONTEXTE

Ce rapport de durabilité est élaboré en réponse aux exigences de publication de l'ESRS 2 de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). Il présente les initiatives et progrès de DÉKUPLE en matière de développement durable, soulignant son engagement à réduire son empreinte environnementale et à promouvoir des pratiques sociales responsables.

Dans un contexte réglementaire en constante évolution, marqué par des exigences croissantes en matière de transparence et de responsabilité, ce rapport constitue une étape clé dans la structuration et la formalisation de notre démarche de durabilité. La CSRD impose aux entreprises de rendre compte de leurs impacts environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), en alignant leurs pratiques avec les objectifs de durabilité. Conformément à cette directive, nous avons défini des axes stratégiques clairs : environnement, social et gouvernance.

Toutefois, nous sommes conscients que l'évolution rapide des cadres réglementaires et méthodologiques, ainsi que les recommandations de l'organisme tiers indépendant, pourraient conduire à des ajustements de notre reporting au fil du temps. Ces adaptations ne remettront cependant pas en cause nos engagements fondamentaux en matière de durabilité.

Ce rapport est avant tout une opportunité de partager nos progrès, d'identifier les domaines à renforcer et de démontrer notre volonté d'amélioration continue. La mise en œuvre de nos objectifs dépend de nombreux facteurs, certains échappant à notre contrôle, mais nous restons résolument engagés à intégrer la durabilité au cœur de notre stratégie et de nos activités.

2.1.1. Notre démarche de responsabilité d'entreprise

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.

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. Ces associations laissent aux entrepreneurs leur autonomie pour se développer tout en favorisant les partages et l'entraide.

En 2024, comme en 2025, 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.

1. Nos valeurs au cœur de notre ADN

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 ont été 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, tout en nous aidant à aller plus loin, à devenir meilleur et à nous soutenir. Ensemble, nous faisons vivre nos valeurs au quotidien.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

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.

2. Notre manifeste : une vision durable pour l'avenir

Depuis 2023, le Groupe DÉKUPLE traduit ses convictions profondes 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. Le modèle d'affaires – SBM1

Créé en 1972, DÉKUPLE est un leader européen de la communication et du data marketing. 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, en Amérique du Nord et en Chine, le Groupe emploie plus de 1 000 collaborateurs.

Le modèle d'affaires du Groupe DÉKUPLE repose sur l'intégration de pratiques durables et responsables, répondant aux attentes croissantes des parties prenantes et aux évolutions réglementaires. En orientant les activités vers une meilleure maîtrise des ressources, l'innovation technologique et des solutions alignées avec les enjeux environnementaux et sociétaux, ce modèle garantit une création de valeur à long terme, tout en renforçant la résilience et la pérennité de l'entreprise face aux défis futurs.

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



DÉKUPLE est très attaché à la construction, dans la durée, d'un ensemble de multi-entrepreneurs en intégrant des sociétés avec des compétences complémentaires et dirigées par des entrepreneurs qui partagent les valeurs du Groupe. La stratégie de croissance externe du Groupe repose principalement sur un modèle d'acquisition par étapes permettant aux dirigeants de rester actionnaires de leur structure. En 2024, cinq nouvelles entreprises ont ainsi rejoint DÉKUPLE :

- GUD.berlin, agence de campagnes publicitaires allemande ;
- Coup de Poing, agence reconnue pour ses solutions BtoB en fidélisation client ;
- Ereferer, plateforme innovante spécialisée dans le netlinking automatisé, acquise par l'intermédiaire de sa filiale Rocket Marketing ;
- Selmore, agence stratégique et créative néerlandaise ;
- DotControl, agence d'engagement digital néerlandaise.

2.1.2. Cadre de reporting et conformité

DÉKUPLE publie son tout premier rapport de durabilité, marquant une étape clé dans son engagement en faveur de la transparence et de la responsabilité. Ce rapport s'inscrit dans la continuité des Déclarations de Performance Extra-Financière (DPEF) des années précédentes tout en intégrant les nouvelles exigences de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). Le Groupe s'est fixé un horizon de trois ans pour assurer une conformité complète à ces exigences.

Cette publication intervient également dans un contexte stratégique majeur : 2025 marque la fin du plan stratégique actuel, lancé en 2020 sur un cycle de cinq ans. Les données et objectifs seront donc actualisés en 2026 pour accompagner le développement du plan 2030, affirmant ainsi la vision à long terme du Groupe en matière de durabilité.

Le périmètre du rapport de durabilité couvre l'ensemble des entités du Groupe, à l'exception de Coup de Poing, GUD.berlin, qui ont rejoint DÉKUPLE en octobre 2024, Selmore et DotControl, qui ont rejoint le Groupe en fin d'exercice, ainsi que Dékuple Marketing Engineering China, pour laquelle le niveau de reporting actuel n'est pas suffisamment fin.

Ainsi, le périmètre du rapport de durabilité 2024 inclut les sociétés suivantes : ADLPartner SA, ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Dékuple Iberia, Brainsonic, Converteo, Grand-Mercredi, Ividence, Leoo, Le Nouveau Bélier, Rocket Marketing (Reech) et Smart Traffik.

2.1.3. Résumé de la stratégie de durabilité

La politique de durabilité de DÉKUPLE s'est déployée, en partageant ses principes et ses valeurs mais également en laissant aux entrepreneurs du Groupe une autonomie sur les moyens de la mise en œuvre. Cette approche permet d'adapter les actions aux spécificités de chaque entité pour une intégration cohérente des engagements RSE. 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 et la même charte éthique.

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.

Adoptés en 2015 par les États membres de l'Organisation des Nations Unies, les Objectifs de Développement Durable (ODD) constituent aujourd'hui la référence centrale pour mobiliser les gouvernements, les entreprises et la société civile en vue d'un avenir plus juste, équitable et respectueux de la planète. Ces 17 ODD, déclinés en 169 cibles, adressent les besoins des trois piliers du développement durable : la société, l'environnement et l'économie.

Depuis son adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies en novembre 2020, le Groupe DÉKUPLE a renforcé son engagement en faveur du développement durable en rejoignant l'une des initiatives les plus universelles au niveau international.

Le Pacte Mondial invite les entreprises du monde entier à adopter, soutenir et mettre en œuvre, dans leur sphère d'influence, des pratiques socialement responsables. Les entreprises signataires s'engagent à progresser sur 10 principes fondamentaux répartis en quatre thématiques majeures :

- La promotion des droits humains ;
- Le respect des normes internationales du travail ;
- La protection de l'environnement ;
- La lutte contre la corruption.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Ces principes s'inscrivent dans le cadre global des 17 ODD, guidant ainsi les actions du Groupe DÉKUPLE pour maximiser son impact positif sur la société et l'environnement. De manière générale, le Groupe concentre plus particulièrement ses actions sur 9 ODD dont les enjeux sont en lien direct avec son cœur de métier :



2.1.4. Enjeux et matrice de double matérialité

1. Le processus d'analyse de double matérialité

La directive CSRD exige que le rapport de durabilité repose sur une analyse approfondie de la double matérialité, afin de mieux appréhender les impacts environnementaux, sociaux et économiques de l'entreprise, ainsi que les risques et opportunités associés. Par le passé, DÉKUPLE s'était appuyé sur une matrice de matérialité pour guider ses actions et prioriser ses enjeux. Dans le cadre de ce premier rapport de durabilité, le Groupe a franchi une nouvelle étape en travaillant spécifiquement sur sa double matérialité, conformément aux exigences de la CSRD. Cette démarche rigoureuse permet d'ancrer les engagements de DÉKUPLE dans une vision intégrée et durable, alignée avec les attentes réglementaires et les défis contemporains.

Afin de réaliser sa matrice de double matérialité, le Groupe DÉKUPLE a collaboré avec Ekodev, cabinet expert en RSE, qui s'est appuyé sur un comité de pilotage interne composé de profils exécutifs qualifiés issus de différentes directions : RSE, RH, finance, communication, achats. Ce comité a joué un rôle essentiel à chaque étape structurante du processus en apportant leurs éclairages pour une appréciation juste des réalités de terrain. Il a également contribué aux itérations nécessaires à l'appropriation de la démarche par l'entreprise.

2. L'approche méthodologique

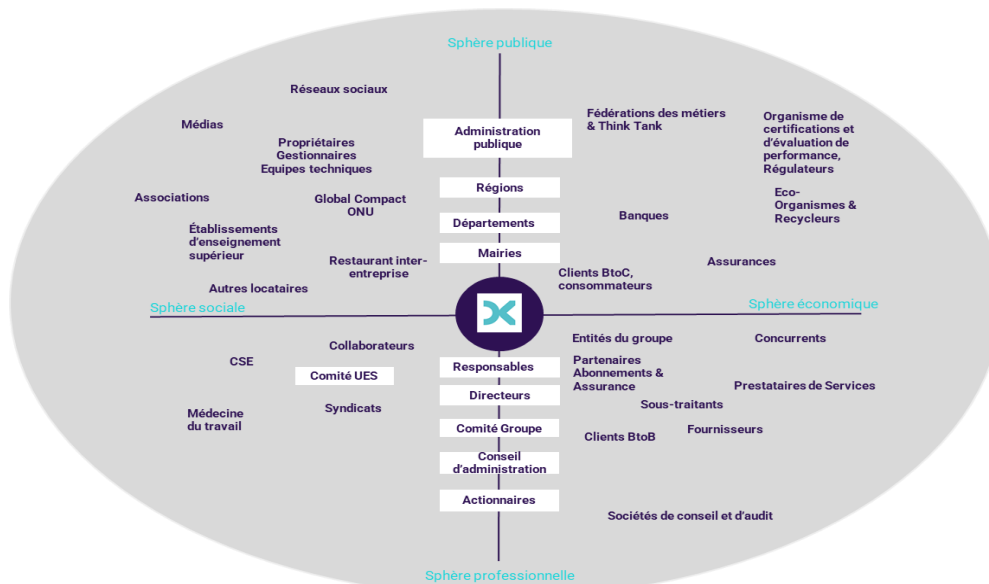
Cette analyse de double matérialité a été réalisée en 2024. Son approche méthodologique s'inscrit dans le cadre réglementaire entré en vigueur en 2025 pour l'exercice 2024. La méthodologie adoptée répond à l'esprit et à la lettre de la directive CSRD, tout en anticipant une convergence progressive des pratiques et des précisions complémentaires lors des prochains exercices.

3. L'évaluation des impacts, risques et opportunités (IRO) via nos parties prenantes

L'exercice de matérialité s'appuie sur un dialogue entretenu avec les parties prenantes, incluant, au sens de la CSRD, à la fois les publics affectés par les activités du Groupe et ceux intéressés par ses informations de durabilité.

Les parties prenantes - SBM2

Les principales parties prenantes identifiées sont les suivantes :



En 2022, un premier questionnaire avait été mis en place pour initier le dialogue avec ces parties prenantes. En 2024, un nouveau questionnaire plus étendu a été déployé pour affiner l'analyse, en tenant compte de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise et des différents horizons temporels : court, moyen et long terme.

Dans ce cadre, DÉKUPLE a adopté une démarche collaborative et structurée, impliquant à la fois des parties prenantes internes et externes. Tout d'abord, deux ateliers dédiés ont été organisés avec des parties prenantes internes issues de différentes fonctions clés de l'entreprise. Ces ateliers avaient pour objectif d'identifier les enjeux prioritaires pour le Groupe et d'évaluer les risques et opportunités associés à ces enjeux, dans une perspective stratégique et durable.

Une fois cette première étape réalisée, une cotation des enjeux identifiés a été effectuée grâce à des entretiens approfondis avec un panel de 10 parties prenantes internes et externes. Ce panel comprenait notamment des collaborateurs représentant divers métiers, des clients, des partenaires stratégiques, ainsi que des experts externes en développement durable. Cette approche a permis de croiser les perspectives, de garantir la pertinence des priorités retenues et de poser les bases solides pour l'évaluation de la matérialité des enjeux, conformément aux exigences de la CSRD.

Identification des enjeux et cotation des IRO - SBM3

En adéquation avec les principes généraux de l'ESRS 2 et de l'ESRS G1, DR GOV 3, les risques de durabilité ont été intégrés dans les processus globaux de gestion des risques.

Les IRO identifiés ont été recoupés avec la cartographie des risques du Groupe pour l'année 2024 afin de les confirmer, et garantir leur cohérence avec les risques majeurs du Groupe figurant dans la partie 1.4 du rapport de gestion.

La matérialité de l'impact de chaque IRO a été évaluée selon trois critères : l'ampleur, l'étendue et l'irrémediabilité. Pour mesurer l'ampleur et l'étendue des enjeux, un panel de 10 parties prenantes (client, collaborateurs, fournisseur, CSE, administrateur) a été consulté via des ateliers menés avec les équipes en interne et un questionnaire noté sur une échelle de 1 à 4. En cas de potentialité, la probabilité d'occurrence a également été évaluée.

La matérialité financière a été évaluée par voie de sondage quantitatif adressé à des représentants de l'interne : membres de la direction exécutive du Groupe.

La méthode de cotation de chaque IRO a été alignée sur l'échelle de cotation des risques globaux de l'entreprise. Cette évaluation s'est appuyée sur quatre niveaux de criticité, allant de faible à stratégique, selon le niveau d'impact sur le chiffre d'affaires et/ou sur les résultats. La probabilité de survenance de l'incident a également été prise en compte.

4. Hiérarchisation des IRO et matrice

L'analyse des IRO a reposé sur une méthode rigoureuse d'évaluation basée sur des critères et des seuils définis en collaboration avec Ekodev et en conformité avec les recommandations de l'EFRAG. Ces critères incluent l'intensité de l'impact sur les parties prenantes, le potentiel d'impact financier, ainsi que la durée et l'ampleur des effets observés. Le seuil de matérialité a été fixé pour distinguer les enjeux jugés suffisamment significatifs pour influencer les décisions des parties prenantes internes et externes. Les IRO identifiés ont ensuite été classés comme matériels ou non matériels.

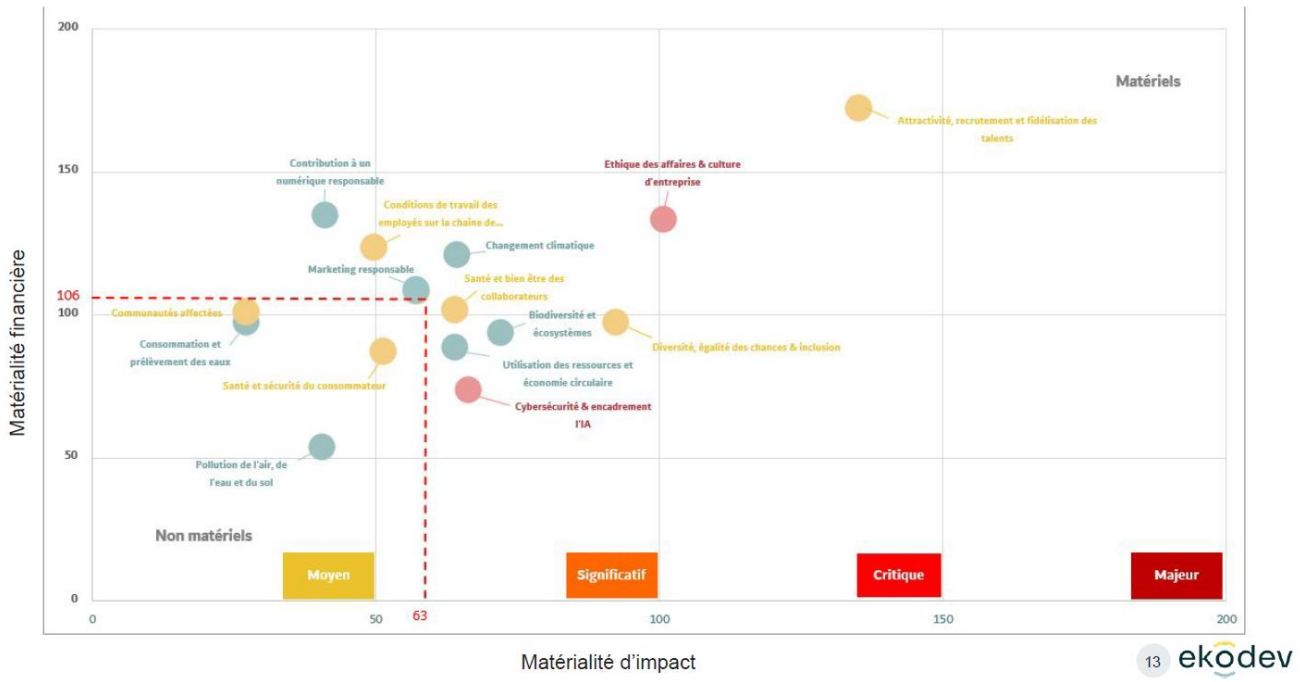
En revanche, certains enjeux, bien que pertinents, ont été jugés non matériels à ce stade, car leur impact est jugé moindre ou indirect, comme la consommation et le prélèvement de l'eau, la pollution de l'air, de l'eau et du sol ou la santé et la sécurité des consommateurs, car leurs impacts financiers sont indirects et moins critiques pour les parties prenantes externes.

L'analyse de double matérialité permet ainsi de hiérarchiser clairement les priorités stratégiques du Groupe en alignant les enjeux matériels sur les attentes réglementaires et sociétales, tout en clarifiant pourquoi certains enjeux sont classés comme non matériels. Cette hiérarchisation alimente la matrice de matérialité et guide la réponse aux exigences de l'EFRAG et de la CSRD.

L'analyse des impacts sur les parties prenantes ainsi que l'évaluation des impacts financiers, ont permis de classer la matérialité de chaque IRO en deux catégories : matériel ou non matériel.

Élaborée récemment, cette analyse de double matérialité conforte le Groupe dans l'identification de ses enjeux prioritaires, en cohérence avec les analyses de matérialité précédentes.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



2.2. GOUVERNANCE

2.2.1. Structure de gouvernance

1. Gouvernance générale du groupe

Une description de la gouvernance du Groupe figure dans le rapport du conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise dans la partie 3 du rapport financier annuel (pages • et suivantes).

GOV1 Organes d'administration et de gouvernance & GOV2 Informations transmises aux organes d'administration, de direction et de surveillance de l'entreprise et questions de durabilité traitées par ces organes

Pour soutenir son développement, DÉKUPLE s'appuie sur une gouvernance stable. Le conseil d'administration du Groupe est composé de dix administrateurs, dont six indépendants, d'expérience large et diversifiée en matière de stratégie d'entreprises, 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 présidé par Madame Claire Vigneron-Brunel.

2. Gouvernance de la durabilité

La gouvernance de la durabilité du Groupe se structure comme suit :

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

En 2024, les comités et le conseil d'administration de DÉKUPLE ont joué un rôle central dans la définition et le suivi des engagements du Groupe en matière de RSE. Plusieurs sessions ont été consacrées à l'analyse des avancées et à la validation des initiatives stratégiques liées à la durabilité.

1. Comité RSE du conseil d'administration

Une présentation annuelle a été réalisée auprès du conseil d'administration, couvrant :

- Le bilan des actions RSE de l'année N-1, permettant d'évaluer les avancées et les axes d'amélioration.
- Les projets et objectifs pour l'année N, détaillant les actions à venir en matière d'engagement environnemental, social et de gouvernance.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Cette présentation vise à garantir un suivi rigoureux des engagements du Groupe et à inscrire la stratégie RSE dans une vision de long terme.

2. Comité Groupe

Le comité Groupe a examiné plusieurs projets structurants, notamment :

- Le projet de bilan carbone du Groupe pour 2025, avec une analyse des données et des pistes d'amélioration pour réduire l'impact environnemental.
- Le programme "Vendredi", favorisant l'engagement des collaborateurs dans des initiatives à impact.
- La réécriture de la Charte Éthique et de la Politique d'Alerte, à laquelle le comité a activement participé afin d'assurer son alignement avec les nouvelles réglementations et les meilleures pratiques du secteur.

3. Comité RSE de l'UES

L'Unité Économique et Sociale (UES) regroupe ADLPartner SA, ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Leoo et Ividence. Son comité RSE a été un lieu d'échanges et de validation des projets opérationnels. Il a notamment travaillé sur :

- La présentation des projets RSE en cours et à venir, en lien avec les objectifs stratégiques du Groupe.
- La validation des actions et des budgets alloués, garantissant la mise en œuvre des initiatives clés.
- Le suivi des démarches de certification et d'évaluation environnementale, incluant la poursuite de la certification ISO 14001, la décision d'obtenir une note Ecovadis et la collaboration avec l'ONF (Office National des Forêts) pour renforcer l'impact positif du Groupe sur la biodiversité.

Ces différentes instances ont permis d'assurer une gouvernance structurée des engagements RSE de DÉKUPLE, avec une approche pragmatique et alignée avec les exigences réglementaires et les attentes des parties prenantes.

3. Certification et labellisation

Le Groupe évalue et améliore sa performance RSE au travers de certifications et notations.

Obtention de 4 labels et certifications en 2024

- 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) :
- Dékuple Iberia : Notation EcoVadis 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 est aussi membre du Pacte Mondial de l'ONU.
- Agence Dékuple Ingénierie Marketing : pour les années 2023 à 2025, label « RSE agences actives » niveau 2. Conçu 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.
- Converteo a obtenu une médaille d'argent à la notation Ecovadis 2024
- Activités de fidélisation du Groupe : renouvellement en 2024 de la certification ISO 14001

La baisse du nombre de labellisations et certifications s'explique par le fait que les missions RSE sont assurées en plus des missions habituelles des personnes en charge de ces sujets. Cependant, les accréditations obtenues sont souvent des reconnaissances des efforts d'amélioration continues (Ecovadis et norme ISO par exemple).

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Description	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de certifications ou labels RSE*	Certifications	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & Chine	Nombre de certifications ou labels actives et valides ou obtenues au cours de la période.	4	8	Groupe hors LNB & Chine

2.2.2. Éthique des affaires et culture d'entreprise

L'éthique et de la conformité est rattachée au service juridique, lui-même rattaché à la Direction Générale. Ses principales missions sont d'identifier, d'évaluer et de contrôler les risques auxquels DÉKUPLE est exposé, de vérifier la conformité aux différentes législations et réglementations, tout en assurant le déploiement et l'actualisation des programmes de conformité en étroite coopération avec les différentes filiales du Groupe.

Politiques et pratiques de conformité

La lutte contre la corruption

DÉKUPLE respecte les dispositions légales et conventionnelles en matière de lutte contre la corruption. Le Groupe 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 en 2021 une charte éthique. En 2024, celle-ci a été réorganisée en laissant une plus grande place à nos valeurs, et en précisant, pour chaque thème clé, la ou les règles fondamentales qui doivent guider notre comportement. Elle a été soumise aux Comités Sociaux et Économiques. Cette charte présente les grands principes et les lignes directrices des pratiques commerciales et relations internes. Elle définit un corpus de règles qui, dans le respect du cadre légal et réglementaire, gouvernent au quotidien toutes les actions individuelles et collectives conduites au nom de DÉKUPLE. Elle 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, tout en conduisant leurs activités de la manière la plus intègre et exemplaire possible.

La charte éthique 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 ». Elle propose des lignes directrices qui aident à prendre des décisions en accord avec les valeurs et principes de DÉKUPLE. Elle 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 -. Elle est annexée aux règlements intérieurs des entreprises du Groupe et a été communiquée à l'ensemble des salariés au travers de la newsletter hebdomadaire ; elle est disponible sur un Drive d'informations accessible à chacun, ainsi que sur le site 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 comité Groupe et les dirigeants des activités du Groupe s'engagent à la faire vivre concrètement au quotidien.

La charte 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 2024	Description	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de collaborateurs formés à la charte éthique	Collaborateurs	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & Chine	Nombre de collaborateurs CDI présents au 31/12 formés à la charte éthique	400	-	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de collaborateurs formés au harcèlement et à la discrimination	Collaborateurs	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & Chine	Nombre de collaborateurs CDI présents au 31/12 formés au harcèlement et à la discrimination	400	-	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de collaborateurs informés de la charte éthique et de la politique d'alerte	Collaborateurs	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & Chine	Nombre de collaborateurs ayant accusé réception de la charte éthique et de la politique du harcèlement	867	-	Groupe hors LNB & Chine

La protection et l'écoute des lanceurs d'alerte

Depuis 2018, les sociétés ADLPartner SA, Convertteo 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

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

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^{ère} 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^{ème} 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^{ème} étape : le référent rédige un rapport écrit au Président Directeur Général du Groupe, qui examine et décide des suites à donner.

En 2024, le dispositif a été amélioré et s'est davantage adapté à la structure du Groupe, en nommant dans chaque équipe des référents spécifiquement formés aux harcèlements et à la discrimination. La procédure est accessible sur un drive commun, mais également sur le site www.dekuple.com.

Dans le cadre du déploiement en 2024 de la nouvelle charte éthique et de la nouvelle politique d'alerte, chaque collaborateur a été invité à s'engager pour faire de ces initiatives un véritable pilier de culture. Ces principes se sont accompagnés d'une formation de tous aux harcèlements et à la discrimination. Ainsi en 2024, 867 collaborateurs ont validé cet engagement et 400 ont terminé la formation qui poursuit son déploiement en 2025.

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.

Les transactions intra-groupe sont régies par des contrats de services 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. Leurs taux de rémunération font l'objet d'accord entre les responsables des activités. Par ailleurs, il n'y a pas d'obligation pour une entité d'utiliser les services du Groupe.

Politique d'achats responsables

Depuis 2024, DÉKUPLE a mis en place une politique d'achats responsables, élaborée en concertation avec un groupe de travail interne et intégrant les meilleures pratiques en matière d'éthique, de durabilité et de respect des réglementations. Afin d'assurer une mise en œuvre efficace, les acheteurs ont bénéficié d'une formation dédiée, leur permettant d'intégrer ces principes dans leurs processus d'achat.

En 2025, cette politique sera redéployée au sein de l'UES Dékuple - ADLPartner SA, ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Leoo, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing BtoB - avec une extension progressive à l'ensemble du Groupe. Dans cette perspective, une liste de fournisseurs agréés sera proposée, garantissant des engagements conformes aux exigences sociales et environnementales du Groupe. Cette approche vise à structurer et harmoniser les pratiques d'achats responsables, tout en renforçant la relation avec des partenaires alignés sur nos engagements en matière de durabilité.

2.2.3. Cybersécurité & encadrement de l'IA

Enjeux et risques

L'évolution rapide des technologies numériques, et en particulier l'intelligence artificielle (IA), transforme profondément les métiers et les offres du Groupe DÉKUPLE. L'IA est aujourd'hui un levier clé pour optimiser la performance marketing, analyser les données clients et personnaliser les campagnes. Cependant, son utilisation soulève des défis majeurs en matière de cybersécurité et de protection des données. La sécurisation des systèmes d'information et la gestion responsable des données personnelles sont des priorités stratégiques pour le Groupe.

Toute faille dans la protection des données pourrait non seulement nuire à la confiance des clients et partenaires, mais aussi exposer le Groupe à des risques réglementaires et financiers. Dans un contexte de renforcement des réglementations et de sophistication croissante des cyberattaques, la sécurité des données est donc un impératif stratégique, garantissant la pérennité et la conformité des activités du Groupe.

Politiques

Action 1 : Garantie de sécurité, de protection et de confidentialité des données.

La protection des données personnelles des clients du Groupe 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. Un Data Protection Officers (DPO) supervise 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 par Bureau Veritas, conformément au référentiel de certification des compétences de la CNIL.

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, le 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 2024, deux 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 à la suite des incidents ont été menées.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Description	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité*	Incidents/an	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing & 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).	2	5	Groupe hors LNB & Chine

Action 2 : Encadrement de l'IA

L'intelligence artificielle (IA) est de plus en plus utilisée dans le Groupe car c'est un axe de développement stratégique important. Pour en assurer un usage responsable et efficace, le Groupe a mis en place un programme de formation complet visant à sensibiliser l'ensemble de nos salariés aux bonnes pratiques de cette technologie. Conscient des enjeux éthiques et opérationnels liés à l'utilisation de l'IA, le Groupe a développé des modules de formation accessibles à tous, tant en présentiel qu'en ligne via la plateforme 360Learning et au travers de workshops animés par nos « Évangélistes ». Le partage de connaissances se fait également par les IA Champions présents au sein des équipes. Ces formations couvrent divers aspects, tels que l'utilisation sécurisée des prompts pour interagir avec les outils d'IA sans risque de divulgation d'informations sensibles. Investir dans la formation et la sensibilisation sur ce sujet émergent en plein essor nous assure que chaque membre de notre organisation est équipé pour tirer le meilleur parti de ces technologies tout en respectant les normes éthiques et de confidentialité du Groupe.

2.3. PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE (E)

2.3.1. Réduction de l'impact carbone

1. Stratégie climatique

E1.GOV-3 Intégration des performances en matière de durabilité dans les mécanismes incitatifs

La stratégie environnementale du Groupe DÉKUPLE est placée sous la responsabilité du Président Directeur Général et de la Directrice des Ressources Humaines et de la RSE Groupe. En collaboration avec les équipes RSE, opérations, production et achats des différentes entités, ils définissent la stratégie environnementale du Groupe et établissent une feuille de route fondée sur les principaux enjeux identifiés.

L'élaboration de la stratégie se nourrit de notre ADN, de notre histoire - ISO 14001 et actions sociétales depuis plus de 10 ans -, des orientations données par la direction – cf. manifeste -, ainsi que des préoccupations de nos collaborateurs et de nos partenaires.

La revue et la mise en œuvre de cette stratégie est intégrée aux mécanismes décisionnels du Groupe, comme pour les autres sujets de durabilité, et suit une structure collaborative impliquant :

- Le conseil d'administration, appuyé par le comité RSE ;
- Le comité RSE Groupe et les comités locaux du comité exécutif.

Les comités RSE permettent de rendre compte des engagements, objectifs et actions RSE du Groupe. Il est à noter que la spécificité de DÉKUPLE réside dans l'indépendance des dirigeants des entreprises intégrées au Groupe dans leur fonctionnement, y compris en matière environnementale.

Enjeux et risques

D'après l'analyse d'identification des IRO réalisée par le Groupe, le changement climatique a un impact stratégique et financier, sous deux aspects principaux :

1. des risques physiques pour le Groupe dans :

- La chaîne d'approvisionnement : les émissions liées à l'extraction des matières premières, la fabrication et le transport pour les activités d'abonnements et marketing (papier mailing, primes électroniques et textiles, PLV événementielles, datacenters) constituent une part importante des impacts carbone mesurés en 2022. Le Groupe met en œuvre des mesures de réduction pour limiter ces impacts.
- Les déplacements professionnels et domicile-travail : ces déplacements représentent une source d'émissions de GES, nécessitant une transition vers des modes de transport plus durables ou une organisation optimisée en développant le télétravail ou les réunions virtuelles.
- Les activités propres : comme toute entreprise du secteur du numérique, le Groupe génère des émissions liées au développement de ses offres, aux campagnes marketing et aux supports de communication utilisés. Des améliorations sont en place pour maîtriser ces impacts.

2. des risques de transition dans la consommation énergétique dans :

- Le fonctionnement des infrastructures : les outils numériques utilisés ont des impacts estimés sur la consommation énergétique. La transition vers des sources d'énergie renouvelables et une meilleure efficacité énergétique sont des enjeux importants pour le groupe.
- Risque économique lié à l'énergie : la hausse des coûts de l'énergie accentue l'importance d'optimiser la consommation et de réduire la dépendance aux énergies fossiles.

3. des opportunités, à travers :

- La sensibilisation et la mobilisation interne : renforcer la sensibilisation des équipes sur les enjeux environnementaux est une opportunité pour accélérer la transition écologique et favoriser des initiatives individuelles et collectives en faveur du climat.
- La collaboration avec les partenaires : l'accompagnement des fournisseurs dans leurs efforts de décarbonation est une opportunité stratégique pour réduire l'empreinte carbone de la chaîne de valeur tout en favorisant des partenariats durables.

E1-1 Plan de transition pour l'atténuation du changement climatique

À ce jour, le Groupe ne dispose pas encore d'un plan de transition formalisé au sens de la directive CSRD. Un tel plan sera précisé dans les prochains exercices de reporting. Néanmoins, depuis 2009, pour ses activités de fidélisation, le Groupe a mis en place un système de management environnemental (SME) structuré, attesté par la certification ISO 14001, témoignant de son engagement en faveur de l'amélioration continue de ses performances environnementales.

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.

La politique environnementale de la société ADLPartner SA se structure depuis 2009 à travers un SME répondant aux exigences de la norme ISO 14001. Sa démarche repose sur une implication forte de 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.

E1-2 Politiques d'atténuation

Un premier bilan carbone a été réalisé en 2022, sur la base des données de l'année 2021, mettant en lumière des actions à entreprendre pour réduire l'empreinte carbone du Groupe. Les actions engagées sont détaillées en E1-3, illustrant la volonté du Groupe d'intégrer progressivement une démarche plus ambitieuse en matière de réduction de ses émissions.

2. Performance carbone

E1-3 Actions et ressources

Action 1 : bilan carbone

Ce bilan carbone a été effectué à l'aide du tableur Bilan Carbone[®] de l'ADEME et conforme au 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.

L'évaluation prend en compte l'ensemble des émissions directes et indirectes générées par l'activité du Groupe, couvrant aussi bien les émissions internes que celles issues des chaînes amont et aval. Celles-ci sont réparties selon les trois périmètres d'analyse :

- Scope 1 : Émissions directes issues des sources contrôlées par l'entreprise.
- Scope 2 : Émissions indirectes liées à la consommation d'énergie.
- Scope 3 : Autres émissions indirectes tout au long de la chaîne de valeur (fournisseurs, transport, usage des produits...).

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.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Ce Bilan Carbone® 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 notamment chez Dékuple Iberia.

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 3 fois par an.

Un second bilan carbone, en cours pour l'année 2024, offrira une vision plus complète et actualisée de l'empreinte carbone du Groupe. Il prendra en compte l'évolution des activités ainsi que les actions de réduction mises en place ces dernières années.

Action 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, Rocket Marketing, les sociétés de l'UES Dékuple, ainsi que Dékuple Iberia, le proposent également à leurs collaborateurs.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de collaborateurs inscrits (CDI, CDD) au 31/12 ayant accès au forfait de mobilité durable	Collaborateurs	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing & Chine	Nombre de collaborateurs inscrits (CDI, CDD) au 31/12 ayant accès au forfait de mobilité durable (inscrire 100 % si tous)	676	656	Groupe hors LNB & Chine

Action 3 : Contribution à un numérique responsable

Le Groupe accompagne et conseille ses clients dans une consommation plus responsable et la réduction de leur empreinte carbone. Intégrée au plan d'actions de réduction du bilan carbone de DÉKUPLE, cette démarche est pilotée par l'Atelier Communication Digitale. Son objectif est d'accompagner les clients dans la diminution de leur impact environnemental grâce à des actions concrètes :

- Sensibilisation : intégrer des messages pédagogiques dans les campagnes pour promouvoir des pratiques responsables
- Optimisation des campagnes digitales : réduire l'impact environnemental des supports numériques tels que les courriels, ou les sites internet
- Proposition de solutions responsables : orienter les clients vers des services et produits à faible empreinte carbone.
- Mesure et suivi : fournir des outils simples permettant d'évaluer et de réduire leur impact écologique

Les actions ont été initiées depuis le bilan carbone 2022. Si certaines actions sont en place (notamment sensibilisations, outils numériques et suivis), il reste encore des points d'amélioration en matière de communication responsable et conseil aux clients.

E1-4 Cibles atténuation climatique

À ce jour, le Groupe DÉKUPLE n'a pas défini de cibles précises en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Toutefois, une trajectoire de décarbonation ainsi que des objectifs quantifiés seront établis et communiqués à la suite du bilan carbone Groupe, qui sera réalisé en 2025. Cette démarche vise à structurer une stratégie de réduction des émissions alignée avec les exigences réglementaires et les engagements environnementaux du Groupe.

E1-5 Consommation d'énergie

Action 1 : Mise en œuvre d'un plan de sobriété énergétique

L'évolution des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique ont conduit l'UES Dékuple ainsi que les sociétés Rocket Marketing, Converteo et Dékuple Ingénierie Marketing B2B, à mettre en œuvre un plan de sobriété énergétique depuis octobre 2022.

L'UES Dékuple visait une diminution de ses consommations de 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, 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,
- Des bonnes pratiques, telles que la sensibilisation des collaborateurs à l'utilisation de l'énergie, la limitation de la mise en veille des appareils électroniques, l'installation de thermomètres, l'extinction systématique de la climatisation en fin de journée, etc.

En moyenne, par rapport à 2023, la consommation électrique des bâtiments a baissé en 2024 : la consommation du site de Montreuil a diminué de près de 8 % et celle de Chantilly de 22,8 %. Ces diminutions sont dues à la baisse des températures dans nos bureaux, le remplacement des éclairages énergivores par des LED sur nos sites et une meilleure gestion des surfaces.

Action 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 m² 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 consommation totale d'électricité pour les sites de Montreuil et de Chantilly en 2024 s'élève à 370 582 kWh, en baisse de 11,2 % par rapport à l'année précédente (417 383 kWh). L'audit mené en 2024 indique une baisse de la consommation de 31 % entre 2019 et 2024 pour ADLPartner SA.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Type d'énergie	Type	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing& Chine	Type d'énergie consommée : électricité, gaz ...	Electricité & gaz	Electricité et gaz	Groupe hors LNB et Chine
Consommation d'électricité (en kWh)	kWh	Sites de Chantilly et Montreuil	Consommation totale d'électricité entre janvier et décembre	370 582	417383	Sites de Chantilly et Montreuil*
Consommation d'énergie (en kWh)	kWh	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing& Chine	Consommation totale en kWh entre janvier et décembre	777 237	823 165	Groupe hors LNB et Chine

*Données 2023 : sites de Chantilly et Montreuil uniquement

3. Sensibilisation au changement climatique

DÉKUPLE s’engage à sensibiliser et mobiliser ses collaborateurs face aux défis du changement climatique. À travers des campagnes de communication internes et des initiatives collaboratives, le Groupe favorise l’adoption de pratiques plus responsables au sein de ses équipes.

Sensibilisation des collaborateurs, partage des pratiques et responsabilisation

Le Groupe communique régulièrement auprès de l’ensemble de ses collaborateurs, notamment via sa newsletter interne, en partageant des outils comme le calculateur carbone de l’ADEME. Cet outil permet à chacun d’évaluer son empreinte carbone personnelle à partir des principales catégories de la vie quotidienne (alimentation, transport, logement, numérique, etc.).

En 2023, une campagne de communication sur les enjeux RSE a été lancée et s’est poursuivie en 2024 à travers divers canaux : newsletters, mailings, affichages, ateliers et une plateforme dédiée. Elle vise à sensibiliser les collaborateurs aux défis de la transition écologique et aux effets du dérèglement climatique. Parmi les actions menées :

- 1) Actions de sensibilisation via la plateforme Vendredi

Le Groupe organise et anime chaque année des temps forts, comme en 2024 les "10 commandements du Zéro Déchet" en septembre ou "Alimentation durable : du champ à l'assiette" en avril.

- 2) Déploiement des Fresques du Climat et de l'économie circulaire

Initiée chez Converteo en 2022 et élargie à d’autres entités du Groupe depuis septembre 2023, La Fresque du Climat est un atelier collaboratif, créé par Cédric Ringenbach en 2018 dans le but de comprendre le fonctionnement, l’ampleur et la complexité des enjeux liés au dérèglement climatique à travers des faits scientifiques validés. Fort de collaborateurs formés à l’animation de la Fresque du Climat, le Groupe a élargi le périmètre des Fresques du Climat. Début 2024, 65 collaborateurs du pôle Solutions Abonnement ont également participé à une Fresque de l’Économie Circulaire.

- 3) La plateforme RSE Vendredi : un outil de mobilisation interne

Depuis 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 à chaque collaborateur de donner son avis et de proposer des idées d’actions RSE.
- Se former et se sensibiliser : chaque 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 : chaque collaborateur peut, sur son temps personnel, faire des missions, du mécénat de compétences ou s’engager pour des associations reconnues.

En 2024, 220 collaborateurs de l’UES sont inscrits sur la plateforme et ont réalisé 300 défis lors des 7 temps forts organisés dans l’année. Une baisse du nombre de visites a toutefois été observée, probablement liée au départ de la personne en charge de la RSE dans l’UES. Un questionnaire a été mené auprès des salariés pour identifier leurs attentes et affiner le plan d’actions 2025. Des fresques du climat et de l’Economie Circulaire ont été organisées ainsi que des actions menées par Converteo sur leur espace Vendredi augmentent le nombre de personnes sensibilisées par des ateliers ou des parcours de sensibilisation.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de collaborateurs sensibilisés via une plateforme RSE	Collaborateurs	Groupe hors Coupe de Poing, GUD.Berlin, Chine	Nombre de collaborateurs inscrits (CDI, CDD) au 31/12 ayant accès à une plateforme RSE	100%	100%	Groupe hors Chine, Le Nouveau Bélier
Nombre de collaborateurs sensibilisés via un atelier, un webinar ou un événement	Collaborateurs	Groupe hors Coupe de Poing, GUD.Berlin, Chine	Nombre de collaborateurs ayant suivi un atelier, un webinar, un parcours ou une fresque de sensibilisation aux enjeux environnementaux entre le 01/01 et le 31/12	177	53	Groupe hors Chine, Le Nouveau Bélier
Nombre de communication Groupe	News	Groupe hors Coupe de Poing, GUD.Berlin, Chine	Nombre de news sur les enjeux environnementaux publiées au Groupe entre le 1/01 et le 31/12	25	-	Groupe hors Chine, Le Nouveau Bélier

2.3.2. ESRS E2 et E3 : Pollutions & Eau et Ressources Marines

Les enjeux liés à la pollution (E2) et à l'eau et aux ressources marines (E3) n'ont pas été identifiés comme matériels pour le Groupe DÉKUPLE, ni en termes d'impact environnemental, ni en termes financiers.

En effet, les activités du Groupe ne sont pas directement consommatrices d'eau ni fortement émettrices de polluants dans les milieux naturels. L'impact principal reste indirect, notamment via la chaîne d'approvisionnement (papier, impression, infrastructures numériques). Ces éléments sont suivis, mais ne constituent pas des enjeux prioritaires au regard de l'analyse de double matérialité réalisée.

2.3.3. ESRS E4 : Biodiversité et écosystèmes

Comme toute entreprise du secteur tertiaire, les impacts du groupe sont significatifs sur la biodiversité, bien qu'indirects. L'utilisation de données numériques et les infrastructures technologiques nécessaires à leur traitement contribuent à l'empreinte carbone, affectant ainsi les écosystèmes naturels. Le Groupe n'a pas identifié d'incidence significative sur les espèces menacées ni sur l'imperméabilisation des sols, ses activités étant essentiellement tertiaires et n'impliquant pas de transformation physique des espaces naturels.

Pour évaluer et noter les Impacts, Risques et Opportunités (IRO) liés à la biodiversité, un expert en biodiversité de la société Ekodev a été sollicité. En revanche, aucune autre partie prenante externe n'a été intégrée à cette évaluation, faute de dépendances fortes identifiées sur ce sujet.

Enjeux et risques

L'évaluation des impacts réels et potentiels du Groupe sur la biodiversité et les écosystèmes s'est appuyée sur une analyse de sa chaîne de valeur :

- La chaîne de valeur amont : l'utilisation du papier et des encres utilisées dans les activités d'impression et d'édition ainsi que les primes offertes contribuent à la consommation de ressources naturelles, pour les activités de marketing et de fidélisation.
- Nos opérations internes : l'impact du groupe est limité aux consommations indirectes et à la gestion des déchets, y compris la fin de vie des produits distribués. Le Groupe DÉKUPLE dépend également de la biodiversité à travers l'accès aux matières premières (bois pour le papier, minerais pour l'électronique). Toute perturbation majeure de ces écosystèmes telles que la déforestation excessive et la raréfaction des métaux, pourrait entraîner des conséquences sur son modèle économique en augmentant les coûts ou en limitant la disponibilité des ressources.

Les risques identifiés incluent :

- Le durcissement des réglementations environnementales, notamment sur l'approvisionnement en papier et le recyclage des équipements électroniques.
- Les attentes accrues des parties prenantes (clients, investisseurs) en matière de préservation des ressources naturelles.

Les opportunités associées à ces enjeux comprennent :

- L'innovation dans les matériaux et process : papier issu de forêts certifiées, encres plus écologiques, primes électroniques éco-conçues.
- Le développement d'une offre plus responsable, renforçant l'image du Groupe en matière d'engagement environnemental.

Pour une meilleure compréhension de la sélection des enjeux matériels, le lecteur est invité à consulter la partie Gouvernance (chapitre 1.2 du rapport de durabilité), où sont détaillés les processus de hiérarchisation des IRO et de choix des enjeux prioritaires.

E4-1 Plan de transition

À ce jour, le Groupe DÉKUPLE ne dispose pas d'un plan de transition formalisé en matière de biodiversité. Toutefois, les évolutions réglementaires à venir, notamment l'interdiction de la déforestation importée prévue par l'Union européenne à compter du 1^{er} janvier 2026, imposeront des adaptations dans la chaîne d'approvisionnement.

Dans cette perspective, le Groupe suivra de près l'évolution des exigences légales et évaluera les ajustements nécessaires pour assurer une conformité totale avec cette réglementation. L'intégration progressive de critères environnementaux plus stricts dans les achats de papier et les choix de fournisseurs fait partie des axes d'évolution envisagés.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

E4-2 Politiques

Le Groupe DÉKUPLE ne dispose pas encore d'une politique spécifique dédiée à la biodiversité. Toutefois, des actions sont mises en place dans certains domaines, notamment dans le cadre de l'approvisionnement en papier et en encres, afin de limiter les impacts environnementaux.

Dans ce cadre, le Groupe :

- Sélectionne ses fournisseurs d'impression en fonction de leur conformité avec les réglementations environnementales, en privilégiant ceux qui respectent des labels et certifications : FSC, PEFC, Imprim'Vert.
- Suit les évolutions législatives afin d'anticiper les ajustements nécessaires pour répondre aux nouvelles normes, notamment celles liées à la déforestation importée.
- Encourage des choix d'impression plus durables, en optimisant les formats et les volumes imprimés pour réduire la consommation de papier et d'encre.

Ces actions s'inscrivent dans une démarche progressive visant à renforcer la prise en compte des enjeux de biodiversité au sein des politiques d'achats et des opérations du Groupe.

E4-3 / E4-4 Actions & cibles

Action 1 : Encourager l'utilisation responsable du papier

ADLPartner SA recourt, pour le compte de ses clients et partenaires, au papier pour la fabrication des supports marketing. Toutefois, la numérisation 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. 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 811 tonnes en 2024 contre 771 en 2023, soit une augmentation de 5% en volume, qui s'explique par la demande marché.

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 et les activités de fidélisation suivent les recommandations et obligations légales promues par la filière papier/encre.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Taux de papier recyclé ou certifié utilisé à l'interne	% du total utilisé	Sites de Montreuil, Chantilly	Proportion de papier recyclé ou certifié 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 (en tonnes)	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 s'agit de l'activité historique du Groupe, qui correspond au partenariat Abonnement Presse.	811	771	Activités de fidélisation

Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issus de forêts gérées durablement ou fibres recyclées*	% 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.	99.8%	100%	Activités de fidélisation
---	----------------------	---------------------------	---	-------	------	---------------------------

Action 2 : 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 2024, le mécénat financier de DÉKUPLE a permis de participer à la plantation de 1.400 arbres en forêt de Compiègne et à l'installation de protections biosourcées pour 300 arbrisseaux. Ces actions permettent de réduire l'apport et la dégradation du plastique dans la forêt de Compiègne. La participation du Groupe au programme permet de financer la recherche et le développement de nouveaux matériaux plus durables. De plus, l'ONF a pu accueillir et sensibiliser 135 élèves de classes primaires et collège à la préservation des forêts.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre d'initiatives et/ou organisations soutenues*	Initiatives/organisations soutenues par an	Groupe hors GUD.berlin, Coupe de point & Chine	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 LNB & Chine
Surface protégée (en ha)	ha/an	Groupe hors GUD.berlin, Coupe de Poing & Chine	Surface d'espaces naturels protégés. Cela est difficile à mesurer.	1*	5,8	Groupe hors LNB & Chine

* La baisse du nombre d'hectares protégés s'explique par le fait que diverses actions ont été mises en place, notamment le financement de supports en bioplastique sur une petite surface.

2.3.4. ESRS E5 Utilisation des ressources et économie circulaire

Enjeux et risques

L'optimisation de l'utilisation des ressources et l'intégration des principes d'économie circulaire sont devenues essentielles pour atténuer les risques liés à l'approvisionnement, répondre aux nouvelles réglementations et saisir des opportunités de différenciation durable. Ces enjeux se déclinent sous plusieurs aspects principaux :

- Les tensions géopolitiques affectent l'accès à certaines ressources critiques, notamment les métaux rares pour les produits électroniques ou le papier pour les produits éditoriaux, courrier et éléments de merchandising. Ces contraintes peuvent entraîner une augmentation des coûts de production et des difficultés d'approvisionnement.
- De façon générale, les primes, utilisées dans les activités d'abonnement ou de fidélisation ont un impact sur les écosystèmes et les ressources naturelles.
- Les activités liées à l'utilisation du papier, notamment pour les supports éditoriaux et marketing, ont une incidence directe sur les forêts, contribuant à la pression sur ces écosystèmes vitaux.
- Les nouvelles législations encouragent la réduction des déchets, l'adoption d'une économie circulaire et le recyclage, en particulier des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE). Ce durcissement pousse à repenser les chaînes d'approvisionnement et à favoriser des pratiques plus durables.

Ce contexte offre l'opportunité stratégique de réorienter les choix vers des primes cadeaux plus écoresponsables tels que des produits plus petits et donc moins gourmands en matières premières, locaux ou dématérialisés pour répondre aux attentes environnementales tout en valorisant une image engagée.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

E5-2 & E5-3 Actions et cibles relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire

Le Groupe n'a pas à proprement parler de politique rédigée en matière d'économie circulaire. Les actions menées sont essentiellement axées sur le choix de produits recyclables et le recyclage des déchets par le biais de filières spécialisées.

Action 1 : 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 (produits de saison, option végétarienne quotidienne et réduction des déchets par une optimisation des quantités en fonction du taux de fréquentation). Des audits réguliers sont effectués pour s'assurer du service adapté.

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.

Dans 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.

Action 2 : Améliorer la conception des mailings et primes abonnements

Le Groupe soutient son engagement en faveur d'une conception plus responsable des mailings et des primes d'abonnement en favorisant la recyclabilité des produits et leur recyclage :

- Optimisation de l'utilisation du papier : la réglementation impose l'utilisation de papier recyclé et issu de sources responsables, favorisant ainsi l'économie circulaire. Le Groupe privilégie le papier sourcé en France et en Europe, garantissant un haut niveau de recyclabilité et de réutilisation des matières.
- Primes d'abonnement plus responsables : les emballages des primes sont 100 % recyclables et le papier utilisé est certifié FSC. Un message de sensibilisation sur l'importance du recyclage et de la réutilisation est désormais apposé sur chaque prime envoyée. Un service de retour gratuit permet aux clients de renvoyer les produits cassés ou non souhaités directement au fabricant. Ces produits sont ensuite orientés vers les filières adaptées (Déchets électroniques (DEEE) pour un recyclage conforme aux normes environnementales, circuits de reconditionnement pour une seconde vie des composants et une réduction des déchets. Au second semestre 2024, des initiatives de communication ont été lancées pour informer les clients sur la fin de vie des produits et encourager leur retour plutôt que leur mise au rebut.

Action 3 : Réduire la production totale de déchets générés par l'activité.

Pour ADLPartner SA, les déchets générés par l'activité 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 et cartons produits par les deux sites français. Depuis 2019, ce contrat couvre également la collecte et le recyclage des bouteilles (61kg contre 89,5 kg 2023) et des gobelets en carton (180 kg en 2024 contre 183 kg en 2023). En moyenne, en 2024, sur les sites de Chantilly et Montreuil, plus de 80% des déchets ont bénéficié d'une valorisation « matière », 10% de valorisation énergétique et 10% de réemploi (données Cèdre).
- 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, 969 kg de DEEE ont été pris en charge en 2024 contre 1842 kg en 2023.
- Les résultats encourageants sont à nuancer dans la mesure où le tri du site de Montreuil n'est pas totalement bien réalisé. L'immeuble procède à un tri mais de nouvelles sensibilisations doivent être réalisées auprès du personnel de ménage qui gère le ramassage des déchets. Un projet de refonte du tri 5 flux est prévu en 2025 pour le site de Montreuil pour permettre un suivi précis des déchets.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Sous-traitants	Fournisseur		Nom du ou des sous-traitants de déchets	Cèdre & Greenwishes	Cèdre & Greenwishes	Sites de Montreuil et Chantilly
Déchets papier (En kg)	KG	Sites de Montreuil et Chantilly	Nombre de kg de papier collectés entre le 01/01 et le 31/12	9 858*	-	Sites de Montreuil et Chantilly
Déchets DEEE (En kg)	KG	Sites de Montreuil et Chantilly	Nombre de kg de déchet DEEE collectés entre le 01/01 et le 31/12	969	1842	Sites de Montreuil et Chantilly

*En 2024, le tri sélectif sur le site de Montreuil est réalisé par l'immeuble (Greenwishes) et il est impossible d'estimer la quantité spécifique au groupe Dékuple.

E5-3 Cibles relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire

Dans le cadre de sa démarche de réduction des impacts environnementaux et d'intégration des principes d'économie circulaire, le Groupe a défini des objectifs d'amélioration visant à limiter la consommation de ressources et à favoriser des pratiques plus durables.

Utilisation du papier

- 100 % des papiers utilisés pour les abonnements proviennent de forêts gérées durablement et/ou seront issus de matériaux recyclés.
- La filière papier est déjà largement structurée pour intégrer des pratiques responsables, notamment à travers :
 - La recyclabilité du papier et l'intégration de fibres recyclées,
 - L'application des obligations de la filière REP (Responsabilité Élargie du Producteur) et des mécanismes de recyclage,
 - La mise en place de plans de prévention et d'éco-conception,
 - L'adhésion aux normes et recommandations de l'organisme Citéo pour assurer une gestion optimisée des ressources.

Optimisation des primes

- Évolution du format des primes : passage à des petits formats électroniques, permettant de réduire la consommation de matières premières et d'énergie liée à leur fabrication.
- Sélection rigoureuse des fournisseurs :
 - Approvisionnement auprès de pays ne figurant pas parmi les zones à risque identifiées pour le travail des enfants ou l'extraction de minerais problématiques.
 - Évaluation des fournisseurs sur leur empreinte carbone et leurs engagements environnementaux.
- Adaptation de l'offre produit : tests pour évaluer l'appétence des clients à de nouveaux types de primes, plus responsables sur le plan environnemental.
- Sensibilisation des clients aux enjeux environnementaux :
 - Mise en place d'un dispositif facilitant le retour des produits pour éviter leur mise au rebut. L'objectif est de garantir un recyclage ou une réutilisation efficace des articles dont les clients ne souhaitent plus disposer.

Ces actions s'inscrivent dans une volonté plus large du Groupe de réduire l'empreinte environnementale de ses activités et d'accompagner ses parties prenantes vers des pratiques plus durables.

2.4. PERFORMANCE SOCIALE (S)

2.4.1. ESRS S1 : Santé et bien-être des collaborateurs

S1.SBM-3 - Gouvernance

En collaboration avec les équipes RH des différentes entités, le Président Directeur Général et la Directrice des Ressources Humaines du Groupe définissent la stratégie d'engagement social et établissent une feuille de route basée sur les principaux enjeux identifiés. Ils s'assurent du déploiement des politiques globales du Groupe, notamment en veillant au respect des valeurs, des chartes et des engagements sociétaux.

Cette stratégie repose sur la culture du Groupe, qui valorise ses équipes, encourage leur épanouissement professionnel et met tout en œuvre pour attirer et retenir les talents. Elle s'appuie également sur des enquêtes de satisfaction régulières auprès des collaborateurs afin de mieux comprendre leurs attentes et perceptions. La formation des collaborateurs constitue un axe prioritaire, permettant de développer leurs compétences, de favoriser leur progression professionnelle, de maintenir leur employabilité et de répondre aux besoins d'évolution du Groupe.

Cependant, chaque Direction Générale d'activité est responsable de la gestion des ressources humaines au sein de sa propre entité, ce qui permet une adaptation aux spécificités locales tout en s'inscrivant dans une vision stratégique commune.

Enjeux et impacts importants

Le marché de l'emploi est marqué par des évolutions importantes à la suite de la crise sanitaire liée à la Covid-19, et aux nouvelles attentes des collaborateurs relatives aux méthodes de travail, notamment avec l'instauration durable d'un mode hybride, alternant présentiel et distanciel. L'aménagement des conditions et la flexibilité du temps de travail répondent aux attentes croissantes des collaborateurs pour leur bien-être physique et moral et la gestion de leurs responsabilités personnelles et familiales. DÉKUPLE souhaite offrir à tous les collaborateurs un environnement répondant à ces attentes pour qu'ils éprouvent un sentiment général de satisfaction et d'épanouissement dans et par le travail au sein d'équipes diverses. Si le Groupe ne parvenait pas à y répondre, les impacts sur le Groupe pourraient inclure une atteinte à la réputation, une diminution de l'attractivité du Groupe, une moindre motivation générant l'insatisfaction des clients et partenaires et, par voie de conséquence des difficultés opérationnelles.

De plus, le Groupe accorde une grande importance au dialogue social. Il recouvre toutes les formes de négociation, de consultation, d'information et de concertation, entre les collaborateurs ou leurs instances représentatives et la direction, sur des enjeux politiques et sociaux d'intérêt commun. Il contribue au sens du travail et à sa qualité et garantit ainsi son utilité économique et sociale au sein de DÉKUPLE. La non-concertation des collaborateurs et des instances représentatives pourrait dégrader le dialogue social et affecter sa marque employeur.

Enfin, le Groupe a la responsabilité de veiller à la santé et la sécurité de ses salariés dans des conditions de travail optimales et de les accompagner dans leur épanouissement professionnel.

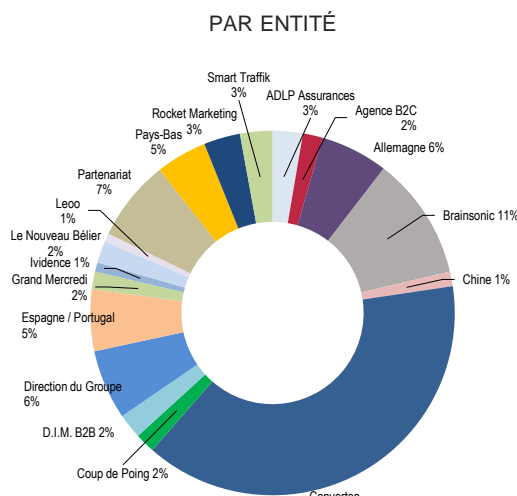
1. Composition et diversité

Bilan de l'année et descriptif des équipes (S1-6)

Au 31 décembre 2024, le nombre total de salariés inscrits à l'effectif du Groupe était de 1.082 collaborateurs, CDI, CDD, alternants et stagiaires. Cet effectif inclut les équipes des sociétés Coup de Poing, GUD.Berlin qui ont rejoint le Groupe au second semestre 2024, Selmore et DotControl qui ont rejoint le Groupe en fin d'exercice, ainsi que celles de Dékuple Marketing Engineering China.

Ces dernières sociétés n'ont pas été intégrées au périmètre d'analyse de la CSRD, ainsi l'effectif du périmètre étudié est de 935 collaborateurs inscrits à fin décembre 2024.

Les contrats à durée indéterminée (CDI) représentaient 93 % des effectifs, soit un niveau identique 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 54 contrats à durée déterminée (CDD), 42 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 2024, 356 collaborateurs ont moins de 30 ans, soit près de 40 % de l'effectif, alors que 170 ont plus de 45 ans (18 %), dont 49 plus de 55 ans.

L'âge moyen des effectifs CDI au 31 décembre 2024 est de 36,1 ans pour l'ensemble des CDI du Groupe, quasiment stable par rapport à 2023 (35,7 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 inchangée à 5,5 ans.

Évolution des effectifs CDI

En 2024, en dépit du contexte de tension sur les ressources dans le secteur du digital et de la data, le Groupe a maintenu un niveau de recrutement encore important avec 165 arrivées CDI. Les recrutements de CDI ont permis de remplacer certains départs et d'accompagner le développement des Pôles.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nouveaux recrutements totaux en CDI*	Salariés	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing & 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	165	233	Groupe hors LNB & Chine
Nombre d'alternants recrutés	Alternants	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing & 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	33	57	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de stagiaires recrutés	Stagiaires	Groupe hors GUD.berlin, Coup de Poing & 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	30	38	Groupe hors LNB & Chine

Enjeux et impacts

Du fait de la concurrence sur le marché en matière de recherche de talents, de l'évolution des attentes des nouvelles générations, 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.

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. La promotion de cet environnement constitue un levier d'action important pour attirer et fidéliser les talents et bâtir une proposition de valeur en tant qu'employeur.

Politiques

Action 1 : 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

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

sein du Groupe, l'expérience collaborateur - « films une minute avec... » -, son site Internet, sa plateforme WelcomeToTheJungle, ...

Signature d'un partenariat en 2024 avec l'ESCP, grande école de management visant en premier lieu une formation à l'intelligence artificielle générative pour l'ensemble des collaborateurs de ESCP Business School

Première pierre de ce partenariat : la mise en place d'un dispositif de formations qui permet aux collaborateurs d'ESCP Business School, de s'immerger dans le potentiel révolutionnaire de l'intelligence artificielle générative. Ce dispositif, constitué de conférences, de webinaires, de newsletters et de modules de e-learning, s'adresse à la fois aux fonctions supports de l'école mais également au personnel pédagogique.

Action 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.

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

En 2024, au titre de l'exercice 2023, le Groupe a versé un montant de réserve spéciale de participation de 1.318 K€ concernant 209 salariés de la société ADLPartner SA., mais également 1.284 K€ d'intéressement et de supplément d'intéressement concernant 260 salariés d'ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing, ainsi que 266 k€ pour Converteo concernant 467 salariés.

Enfin, le total des charges de personnel s'est élevé en 2024 à 81.491 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.

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 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.

Action 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.

19 nationalités sont représentées chez Converteo et 7 chez ADLPartner SA.

Insertion des personnes en situation de handicap

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

Ainsi, en novembre 2024, 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 et de sensibilisation sur les sites de Chantilly et Montreuil. De plus, cette même semaine, la communication a été renforcée auprès des collaborateurs des sociétés de l'UES via des affiches, un quiz et un module de formation sur la plateforme de formations en ligne 360.

Par ailleurs, à l'occasion des Jeux Olympiques 2024, le Groupe a organisé une campagne de sensibilisation en faisant gagner 100 places aux JOP et en invitant Amélie Le Fur - triple championne paralympique de para-athlétisme et présidente du Comité Paralympique et Sportif Français - à une conférence.

Enfin, 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.

Action 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 48% du total de l'effectif au 31 décembre 2024, en légère hausse par rapport à l'année précédente. Elles sont fortement présentes dans toutes les catégories professionnelles du Groupe et représentent 40 % des postes de management.

En 2023, un accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes 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 :

- 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 81/100 à l'index 2024 sur l'égalité professionnelle Femmes/Hommes, publié en 2025. L'intégration de solutions technologiques, caractérisées par une forte proportion d'hommes, a entraîné une baisse du niveau de l'index par rapport aux années précédentes. Toutefois, l'évolution reste favorable en 2024, témoignant des efforts continus en faveur de l'égalité professionnelle.

Converteo affiche un index de 81/100 à l'index 2024, et Brainsonic affiche le même index de 91/100 en 2025 au titre de 2024.

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 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Index égalité professionnelle les plus récent	Note	UES Dékuple	Note globale sur 100 obtenue à l'index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sur la dernière publication	81	78	Groupe, LNB & Chine

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Nombre de nationalités parmi les collaborateurs	Nationalités	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Diversité de nationalités des collaborateurs inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD alternants et stagiaires inclus). La nationalité française se compte comme 1.	31		Groupe hors LNB & Chine
Nombre de collaborateurs dans le comité de Direction	Collaborateurs	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de collaborateurs appartenant au Comité de Direction au 31/12	10	10	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de femmes dans le comité de Direction	Femmes	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de collaborateurs appartenant au Comité de Direction au 31/13	2	2	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de managers	Collaborateurs	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de collaborateurs managers d'au moins 1 collaborateur (hors stagiaires et alternant) au 31/12	202	-	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de femmes managers	Femmes	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de femmes managers d'au moins 1 collaborateur (hors stagiaires et alternant) au 31/12	82	-	Groupe hors LNB & Chine
% 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	48%	47%	Groupe hors LNB & Chine

Action 5 : Favoriser la mobilité des salariés

Du fait de sa croissance externe, le Groupe a de plus en plus d'entités spécialisées dans le numérique. 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 WelcomeToTheJungle " 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 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre d'évolutions internes	Changements de poste et /ou de service	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de collaborateurs ayant changé de poste et/ou de service au sein d'une même société entre le 01/01 et le 31/12.	87	-	Groupe hors LNB & Chine
Nombre d'évolutions Groupe	Changements de poste et /ou de service	Groupe hors GUD.berlin, Chine et Coup de Poing	Nombre de collaborateurs ayant changé de société au sein du Groupe entre le 01/01 et le 31/12.	16	-	Groupe hors LNB & Chine

Action 6 : Cooptation

Une politique de cooptation a été mise en œuvre dans un premier temps chez Convertéo, 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. Conditions de travail et épanouissement des collaborateurs

S1-5 : Promouvoir le respect des droits du travail et le dialogue social

Le Groupe DÉKUPLE s'engage à garantir des conditions de travail optimales et à favoriser un dialogue social constructif, essentiel à la performance collective. Cet engagement se traduit par des actions concrètes visant à renforcer la communication interne, structurer la représentation des salariés et assurer le respect des droits fondamentaux du travail. L'intégration des enjeux RSE dans le dialogue social permet également d'impliquer activement les collaborateurs dans la transformation durable du Groupe.

Action 1 : Communication avec le personnel

Le Groupe et ses filiales s'attachent à renforcer le lien social et à favoriser un dialogue constructif avec leurs équipes. Convaincu qu'un environnement professionnel épanouissant repose sur des conditions de travail optimales, le Groupe déploie divers outils de communication interne pour fluidifier les échanges et garantir un accès transparent à l'information. Ces dispositifs incluent webinars, intranet, réseaux sociaux, réunions d'information, séminaires et newsletters.

Action 2 : Instances représentatives

Les sociétés Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Reech et Brainsonic, disposent chacune d'un Comité Social et Économique (CSE) renouvelé tous les quatre ans. En parallèle, la Direction du Groupe a souhaité structurer un périmètre commun pour 6 sociétés du Groupe, aboutissant en juin 2022 à la création d'une Unité Économique et Sociale (UES). Celle-ci regroupe aujourd'hui ADLPartner SA, ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Dékuple Agence, Leo et Ividence, avec un CSE dédié.

Les CSE se réunissent régulièrement et sont consultés, lorsque nécessaire, selon le cadre légal en vigueur. Chaque réunion donne lieu à un procès-verbal diffusé auprès du personnel. En outre, les CSE de l'UES Dékuple, de Brainsonic et de Converteo participent activement à la gestion des œuvres sociales au sein de leurs entreprises respectives.

Le CSE de l'UES Dékuple a été consulté le 6 février 2025 lors d'une réunion ordinaire au cours de laquelle le rapport de durabilité a été présenté.

Action 3 : Droits Humains

DÉKUPLE est implanté principalement au sein de l'Union Européenne, dont les pays sont signataires des conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Ces pays disposent de cadres législatifs garantissant un haut niveau de protection des droits sociaux et du travail. L'ensemble des filiales du Groupe s'engage à respecter ces conventions, et les directions des ressources humaines veillent à leur bonne application au sein de chaque entité.

Dans le cadre de sa gouvernance sociale et de son engagement RSE, le Groupe entretient des échanges réguliers avec les représentants du personnel sur les thématiques sociales et environnementales. Le CSE de l'UES et les Instances Représentatives du Personnel (IRP) sont consultés notamment à travers :

- Trois réunions annuelles dédiées à la RSE, permettant de partager les avancées, les actions mises en place et les engagements futurs.
- Des échanges spécifiques sur les conditions de travail, l'égalité professionnelle, la diversité et les impacts environnementaux des activités du Groupe.
- L'intégration de la RSE dans le dialogue social, favorisant une démarche collaborative pour une amélioration continue des pratiques en matière de développement durable et de respect des droits humains.

Cette approche vise à garantir une prise en compte effective des préoccupations sociales et environnementales, en impliquant activement les parties prenantes internes dans les décisions stratégiques du Groupe.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de réunions avec les IRP *	Réunions	Groupe hors GUD.berlin, Coup de poing & Chine	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/12	83	75	Groupe hors LNB & Chine
Nombre d'élus dans les IRP	Élus	UES Dékuple	Nombre d'élus au CSE présents au 31/12	35	-	-
Nombres d'accords signés	Accords	UES Dékuple	Nombres d'accords signés entre le 01/01 et le 31/12 entre la Direction et les IRP (CSE, DS ...)	2	-	-

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Nombre de communication Groupe	News	UES Dékuple	Nombre de news sur le recrutement, la cooptation publiées au Groupe entre le 1/01 et le 31/12	3	-	-
Évaluation qualité de vie au travail	Note d'évaluation	Convertéo	Note sur 5 obtenue HappyIndex®AtWork	4,43 / 5	4,66 / 5	Convertéo

S1-14 : Contribuer à la bonne santé et au bien-être au travail

Action 1 : 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.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de jours d'absence maladie et accidents du travail *	Jours / collaborateur	Groupe hors GUD.berlin, Coup de poing & Chine	<p>Somme du nombre de jours d'absence maladie et accidents du travail enregistrés pendant l'année</p> <hr/> <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 LNB & Chine

Action 2 : Pratique d'activités physiques et sportives

Le Groupe encourage activement la pratique d'activités physiques et sportives au sein de ses entreprises. En 2024, les collaborateurs ont eu l'opportunité de représenter le Groupe lors de plusieurs événements, tels que les 20 km de Paris, le semi-marathon de Vincennes et la Montreuilloise. L'engouement pour ces initiatives ne cesse de croître, avec une participation en forte hausse : 29 collaborateurs en 2022, 63 en 2023 et 95 en 2024, soit une augmentation de 300 % en trois ans.

Action 3 : Nos chartes et accords de télétravail

Mis en place en réponse à la crise sanitaire, le télétravail a profondément transformé les attentes professionnelles des collaborateurs et des candidats. Aujourd'hui, il est adopté par 99 % des effectifs du Groupe.

Sur les sites de Montreuil, Chantilly et Toucy, les collaborateurs à temps plein bénéficient de deux jours de télétravail par semaine. Pour les autres activités, une approche plus flexible est privilégiée : selon les besoins des équipes, le télétravail peut aller d'un jour par semaine à un modèle 100 % à distance, avec des rendez-vous en présentiel pour préserver le lien avec l'entreprise et renforcer l'esprit d'équipe.

Depuis octobre 2023, l'initiative « J'irai télétravailler chez vous » permet aux collaborateurs de télétravailler sur différents sites du Groupe, favorisant ainsi les rencontres et la collaboration entre équipes.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Nombre de collaborateurs ayant accès au télétravail	Collaborateurs	Groupe hors GUD.berlin, Coup de poing & Chine	Nombre de collaborateurs inscrits (CDI, CDD, alternants, stagiaires plus de 2 mois) au 31/12 ayant accès au télétravail au moins une fois par mois	875	913	Groupe hors LNB & Chine
% de collaborateurs ayant accès au télétravail	%	Groupe hors LNB & Chine	Nombre moyen de collaborateurs ayant accès au télétravail ----- Nombre total de collaborateurs en CDI inscrits au 31/12	94%	95%	Groupe hors LNB & Chine

Action 4 : Renforcer la qualité de vie au travail

DÉKUPLE inscrit la qualité de vie au travail (QVT) comme une priorité durable de sa politique sociale. L'objectif est de faire du travail un levier de développement professionnel et personnel pour chaque collaborateur.

Depuis 2020, plusieurs filiales du Groupe utilisent un baromètre social d'entreprise externalisé et anonyme, « Lucca », permettant de mesurer l'engagement des collaborateurs et d'identifier des axes d'amélioration concrets. Ces enquêtes, véritables outils de diagnostic, facilitent la mise en place de solutions adaptées pour renforcer le bien-être des équipes.

Les bénéfices d'une enquête QVT régulière sont multiples. D'une part, 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. D'autre part, 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 évalue 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 2024, 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, Dékuple Agence, Ividence et Groupe Grand Mercredi.

Converteo utilise son propre outil d'enquête, HR Talk, et affiche une note « bien-être » moyenne de 3,9 sur l'année. En 2024, la société a également obtenu une note de 4,43/5 au classement HappyIndex@AtWork.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Évaluation d'épanouissement des collaborateurs	Note d'épanouissement	UES Dékuple	Note moyenne sur 10 de l'épanouissement enregistrée sur l'ensemble des enquêtes Lucca dans le groupe entre le 01/01 et le 31/12	7,2 / 10	7,2 / 10	UES Dékuple

3. Développement des compétences

S1-13 : Formation et développement des compétences

L'enjeu pour DÉKUPLE est de pouvoir maintenir l'adéquation entre les besoins de qualification de l'entreprise en maintenant et développant le niveau de compétence de ses collaborateurs. La politique de ressources humaines doit constamment anticiper les besoins du Groupe et c'est plus particulièrement le cas en matière de formation.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

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.

Par ailleurs, le renforcement des talents et de leur capacité permet de soutenir les avantages compétitifs des offres du Groupe et leur caractère innovant. Le développement de la formation professionnelle renforce également l'implication de chacun dans la stratégie du Groupe.

Objectif : former 3/4 des salariés chaque année

Le Groupe DÉKUPLE se fixe l'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 régulièrement de formations internes et/ou externes.

Politiques

Action 1 : Plus de 10 000 heures de formation en 2024

Au global, en 2024, les dépenses totales de formation, hors temps de travail, se sont élevées à 1.043 K€ soit 2 % de la masse salariale brute.

Sur le périmètre du reporting, 10561 heures de formation ont été suivies durant l'exercice par 894 salariés ce qui représente une moyenne de 11,8 heures par salarié en formation. 92 % des collaborateurs ont bénéficié d'au moins une action de formation en 2024. 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 digitaux et informatiques aux développements 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 2024, le Groupe comptait 47 jeunes – 42 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.

Action 2 : Formation à l'Intelligence Artificielle

En janvier 2023, le Groupe a diffusé une master-class sur l'impact de l'Intelligence Artificielle (IA) auprès de l'ensemble de ses collaborateurs via sa newsletter interne. Dans la continuité de cette initiative, un plan global de formation a été déployé pour accompagner toutes les équipes du Groupe dans l'appropriation des usages de l'IA. Ce programme, coconstruit en grande partie avec l'expertise de Brainsonic et Converteo, se poursuit en 2024 et 2025 et repose sur plusieurs piliers :

- Des IA evangelists, chargés de coordonner la sensibilisation et la communication autour des formations. Ils accompagnent les pôles commerciaux, entités et services dans l'adoption des usages de l'IA.
- Des IA champions, référents au sein de chaque équipe, jouant un rôle clé dans le relais et l'animation du programme.
- Des newsletters régulières, permettant de suivre les dernières avancées en IA et de partager les meilleures pratiques.
- Des canaux de discussion sur Slack, organisés par thématiques (texte, code, etc.), afin de favoriser l'échange entre collaborateurs.
- Des webinars et workshops, intégrant des études de cas concrets et des applications métier.
- Des vidéos de formation, mises à disposition sur l'outil de formation interne et YouTube (avec plus de 82 heures visionnées en 2023).

Ce programme transverse de formation et de transformation vise à permettre à chaque collaborateur de mieux comprendre les enjeux de l'IA, de s'approprier ses usages et de monter en compétences sur ces nouvelles technologies.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2024	2023	Périmètre 2023
Heures de formations dispensées	Heures de formations dispensées	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin et Chine	Heures de formations dispensées à l'ensemble des salariés entre le 01/01 et le 31/12	10 561	9587	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de collaborateurs formés au moins une fois	Collaborateurs	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin et Chine	Nombre de salariés formés au moins une fois 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)	894	855	Groupe hors LNB & Chine
Nombre de collaborateurs ayant complété un entretien d'évaluation annuel.	% des collaborateurs interviewés	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin et 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	94%	91%	Groupe hors LNB & Chine

2.4.2. ESRS S2 : Travailleurs dans la chaîne de valeur

1. Évaluation des risques dans la chaîne de valeur

S2 – SBM3

Gouvernance

La stratégie de DÉKUPLE en matière d'achats responsables est placée sous la responsabilité de la direction générale. En collaboration avec les directions des différentes entités, cette stratégie est conçue et déployée pour intégrer les spécificités et enjeux propres à chaque filiale. La coordination avec les directions achats des filiales garantit une mise en œuvre adaptée, assurant ainsi la maîtrise des fournisseurs et le respect des principes de responsabilité sur sa chaîne de valeur.

Enjeux et impacts

En tant qu'acteur du marketing et de la communication, DÉKUPLE s'appuie sur un écosystème de fournisseurs et de prestataires, notamment dans le domaine de l'impression, du numérique et des objets promotionnels. Cette dépendance à des partenaires externes expose le Groupe à des risques sociaux, environnementaux et de conformité tout au long de sa chaîne de valeur.

Les principaux risques généraux sont les suivants :

- Droits humains : risque de travail forcé ou servile, travail des enfants, conditions de travail précaires, non-respect des normes de santé et de sécurité. Ces pratiques peuvent être présentes dans certains segments de la chaîne d'approvisionnement, notamment dans la fabrication de supports imprimés, d'objets promotionnels ou de composants électroniques.
- Environnement : impact carbone des activités de production, utilisation de matières premières non certifiées (ex. papier issu de la déforestation), rejets polluants, gestion des déchets. L'empreinte environnementale de la chaîne de valeur est particulièrement significative dans les domaines de l'impression et des objets promotionnels.
- Conformité commerciale : risques liés à la corruption, aux pratiques anticoncurrentielles, au non-respect des réglementations commerciales et douanières. Ces enjeux sont particulièrement prégnants dans la sélection et la gestion des fournisseurs internationaux.

Ces enjeux ont été qualifiés de matériels à la suite de l'analyse de double matérialité menée par le Groupe, confirmant leur impact potentiel à la fois sur les parties prenantes (travailleurs de la chaîne de valeur, consommateurs, communautés locales) et sur la performance financière du Groupe (risques juridiques, réputationnels et opérationnels).

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

L'identification de ces risques repose sur une approche structurée :

- Évaluation des fournisseurs : intégration de critères RSE dans la sélection et le suivi des partenaires.
- Engagements contractuels : renforcement des clauses relatives aux droits humains, à l'environnement et à la conformité.
- Dialogue avec les parties prenantes : implication des directions des achats, des experts en RSE et des fournisseurs dans l'évaluation des pratiques et l'amélioration continue.

La Groupe met en place des actions qui visent à réduire les risques liés aux travailleurs de la chaîne de valeur et à assurer une meilleure traçabilité et responsabilité des achats dans l'ensemble du Groupe.

2. Conditions de travail des fournisseurs

S2-1 - Politiques & actions

Devoir de vigilance et maîtrise des fournisseurs

Les entités du Groupe font appel à la sous-traitance pour des travaux ne relevant pas directement de leurs compétences habituelles ou pour absorber les variations de flux d'activité. Une sensibilisation accrue des partenaires et fournisseurs directs est mise en œuvre pour garantir des pratiques responsables.

Chez ADLPartner SA, la fourniture de matériel pour la fabrication des mailings fait l'objet d'un suivi rigoureux. Le Directeur de la fabrication met à jour des fiches d'évaluation ainsi qu'un tableau récapitulatif des fournisseurs référencés, soumis à une validation annuelle lors des revues de direction. Cette évaluation s'appuie notamment sur des critères environnementaux.

De plus, les services généraux des sites du Groupe veillent à ce que les prestataires opérant dans leurs locaux actualisent régulièrement leur plan de prévention des risques, particulièrement pour les activités ayant un impact potentiel sur l'environnement.

Politique Achats Responsables

En 2023, un questionnaire RSE a été déployé auprès des principaux fournisseurs pour évaluer leur alignement avec les pratiques responsables attendues. Sur cette base, une Politique Achats Responsables a été formalisée en 2024 et vise à :

- Garantir des pratiques éthiques et responsables tout au long de la chaîne de valeur ;
- S'assurer que les acheteurs du Groupe adoptent les bonnes pratiques ;
- Prévenir les dérives susceptibles de nuire aux intérêts du Groupe.

Toutefois, certains enjeux matériels ne font pas encore l'objet d'un reporting complet, car les données nécessaires ne sont pas encore totalement disponibles ou fiables. Cette absence de données est liée à plusieurs facteurs :

- La diversité des fournisseurs et des chaînes d'approvisionnement, rendant complexe la consolidation d'indicateurs homogènes ;
- L'absence de certains systèmes de collecte permettant de suivre de manière standardisée les performances RSE des fournisseurs ;
- La nécessité de renforcer les exigences en matière de transparence et de traçabilité dans les relations fournisseurs.

Un plan d'action progressif est en cours de structuration. Il s'appuiera sur les conclusions de l'analyse d'écart réalisée dans le cadre de l'alignement avec la CSRD. L'objectif est d'intégrer progressivement ces nouvelles données dans les rapports de durabilité des années à venir, afin d'assurer un reporting aligné avec les exigences réglementaires et les engagements du Groupe en matière d'achats responsables.

2.4.3. ESRS S3 : Communautés affectées

Le groupe met en place volontairement un système de dons pour soutenir des causes qui changent chaque année, au gré des actualités. Le Groupe développe ainsi depuis de nombreuses années des initiatives à l'endroit d'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.

- En 2024, ADLPartner a soutenu financièrement pour un montant total de 54 k€ des associations aux causes diverses : Solidarité Mayotte via la Fondation de France, Avant Garde Fondation, la ligue contre le cancer et Coup de Pouce.

- Smart Traffik a été à l’initiative de l’action « Courez, vous donnerez » pour l’association Coup de Pouce.
- Convertéo a financé Label Emmaüs pour un montant de 10 k€ ainsi que l’Opération Plume pour 13k€.
- Certaines entreprises du Groupe proposent des actions de ProBono au profit d’associations. Ce temps permet aux associations de bénéficier de main d’œuvre ponctuelle ou de bénéficier d’un savoir-faire précieux pour faire avancer leur projet.
Reech a ainsi proposé 25 heures au profit de la Fondation Perce-Neige en mars 2024 dans le cadre du Hackathon de l’Influence Marketing. L’objectif était de travailler sur une problématique d’influence de la fondation, de cadrer le brief, proposer une stratégie d’approche ainsi qu’une prestation de conseil sur la recommandation stratégique.
Convertéo, par le biais de la plateforme Vendredi, a permis à 53 collaborateurs de donner de leur temps au profit de La Chorba, Force femmes, l’établissement français du sang, Octobre Rose, Restau du cœur, les petites cantines, Hands away, Bleu blanc zèbre, nous toutes.org ou la Fondation des femmes.
- Le Groupe finance chez ADLPartner 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. De la même façon, Convertéo, finance 8 berceaux en crèche pour ses salariés jeunes parents (partenaire : Les Parents Zen).
- 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 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 a permis un rapprochement avec la fondation Perce-Neige, fondation d’aide aux handicapés.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2024	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Montant versé aux initiatives / associations*	€/an	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & 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
Nombre de collaborateurs ayant participé à des missions probono	Collaborateurs	Groupe hors Coup de Poing, GUD.berlin & Chine	Nombre de collaborateurs ayant participé à des missions probono entre le 01/01 et le 31/12 (quel que soit le temps de chacune des participations)	61*	-	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

* Noms des missions probono : Fondation Perce-Neige, Association Entourage, Armée du Salut, création de l’UMICC, la Chorba, Force femmes, EFS, octobre rose, Restos du cœur, les petites cantines, Hands away, Bleu blanc zèbre, Nous toutes, Fondation des femmes

Enfin, pour garantir une collaboration alignée avec ses valeurs et optimiser l’intégration des travailleurs indépendants dans ses projets, le Groupe a mis en place une formation dédiée pour 15 collaborateurs directement concernés par ces relations avec les freelances. Cette formation leur permet de :

- Maîtriser le cadre juridique des contrats ;
- Identifier les besoins et savoir rédiger les missions ;
- Développer leurs capacités de recrutement ;
- Connaître et appliquer les techniques de négociation et d’onboarding ;
- Savoir accompagner et fidéliser les freelances ;
- Connaître les étapes clés pour réussir la conclusion d’une mission.

À travers ces différentes actions, le Groupe poursuit son engagement en faveur du soutien aux communautés, de la solidarité et du renforcement des compétences internes pour une collaboration plus inclusive et efficace.

2.4.4. ESRs S4 : Consommateurs et utilisateurs finaux

1. Promotion d'un marketing responsable

S4 – SBM3 Gouvernance & enjeux

Le Groupe DÉKUPLE s'engage dans une démarche de marketing responsable, en s'appuyant sur des relations durables avec ses fournisseurs. La fidélité et le respect mutuel constituent des valeurs fondamentales du Groupe, garantissant des collaborations fondées sur la confiance et l'éthique.

Un axe stratégique majeur de cette démarche repose sur la gestion des données personnelles, un enjeu crucial pour le Groupe qui traite des informations sensibles de ses clients et partenaires. La conformité au RGPD et aux réglementations en vigueur est une priorité absolue, nécessitant une vigilance accrue et une mise en œuvre irréprochable des bonnes pratiques en matière de protection des données.

La stratégie en faveur d'un marketing responsable repose sur une collaboration étroite entre les équipes opérationnelles, la direction générale et les départements juridique, les ressources humaines du Groupe. Chaque filiale adapte cette approche à ses activités spécifiques, garantissant ainsi une mise en œuvre cohérente et alignée avec les engagements globaux du Groupe.

Risques, impacts et politiques

L'analyse de double matérialité a permis d'identifier le marketing responsable comme un enjeu matériel pour le Groupe. Ce choix repose sur plusieurs facteurs :

- Attentes des parties prenantes : les consommateurs, partenaires et régulateurs expriment une demande croissante pour des pratiques commerciales transparentes, éthiques et respectueuses des ressources.
- Conformité réglementaire : les évolutions législatives, notamment en matière de protection des données et de communication responsable, imposent des exigences accrues aux entreprises du secteur marketing et digital.
- Impact direct sur l'activité du Groupe : en intégrant des principes de marketing responsable, DÉKUPLE renforce la confiance des clients et préserve sa réputation tout en réduisant les risques liés à une utilisation non éthique des données.

En travaillant au développement d'un marketing plus responsable, le Groupe poursuit ses efforts pour atteindre plusieurs objectifs clés :

- Sensibilisation environnementale : encourager des pratiques publicitaires et des supports de communication à moindre impact environnemental.
- Protection des données personnelles : garantir la transparence et la sécurité des informations collectées et utilisées dans ses campagnes.
- Réduction des impacts des activités commerciales : limiter la pression marketing excessive et en promouvant des offres alignées avec les attentes sociétales.

DÉKUPLE inscrit ainsi son approche dans une logique de différenciation et de création de valeur, en offrant des services de conseil sur les nouvelles technologies et la gestion des données dans une perspective d'efficacité et de conformité. En se positionnant comme un acteur engagé, le Groupe renforce la fidélité de ses clients et attire de nouveaux partenaires partageant ses valeurs.



Conseiller et accompagner les clients dans la maîtrise des nouvelles technologies pour qu'ils soient plus performants tout en réduisant leur empreinte environnementale. Cela inclut une meilleure gestion et utilisation des données, afin de limiter les surconsommations liées aux infrastructures numériques et une conformité renforcée avec les réglementations telles que le RGPD, assurant un usage éthique et sécurisé des données.

Les politiques menées pour réduire ces risques concernent essentiellement la gestion et la sécurité des données : notre métier est la gestion de la donnée. Il est donc essentiel de respecter la réglementation en la matière et d'assurer une sécurisation des données de nos clients et des clients de nos clients. Le Groupe a nommé une DPO, certifiée en matière de RGPD, qui exerce au sein de la direction juridique.





2.5. ANNEXES ET RÉFÉRENCES

2.5.1. Tableau des indicateurs

1. Environnement

Enjeux de la matrice de matérialité	Correspondance CSRD	Impacts potentiels négatifs / Risques pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Impacts positifs / Opportunités pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Objectifs de DÉKUPLE	Politiques en place	Indicateurs et ICP	2024		
E1-1. Réduction de l'impact carbone  	ESRS E1 – Changement Climatique	<p>Émissions de GES dans notre chaîne d'approvisionnement liées à l'extraction de matières premières, la fabrication et le transport amont pour les activités abonnements et marketing (papier mailing, primes électroniques & textiles, PLV événementielles, Datacenters)</p> <p>Émissions de GES liées aux déplacements professionnels et domicile-travail</p> <p>Émissions de GES liées à nos activités en propres (développement de nos offres, sites web, campagnes, emailings et vidéos l'exploitation des Datas Center, utilisation de l'IA, serveurs et matériel informatique (notamment le stockage de données)</p> <p>Consommation énergétique liée à au fonctionnement de notre site en propre, nos équipements informatiques, IA, serveurs et datacenters</p> <p>Risque d'augmentation des coûts de l'énergie</p>	<p>Sensibilisation des collaborateurs aux enjeux environnementaux</p> <p>Opportunité d'accompagner les fournisseurs dans leurs trajectoires de décarbonation</p>	Réduire les impacts de nos activités sur le climat.	a. Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre. b. Implémenter des politiques pour rationaliser nos activités afin de réduire nos émissions en fonction des résultats.	Emissions GES scope 1	NC		
								Emission GES Scope 2	NC
								Emission GES Scope 3	NC
				Implémenter une politique d'encouragement de la mobilité douce.	a. Prise en charge de 50 % du titre de transport. b. Prise en charge de forfait Mobilité Durable	Nombre de collaborateurs inscrits (CDI, CDD) au 31/12 ayant accès au forfait de mobilité durable	676		
				Réduire la consommation d'énergie	a. Mise en œuvre d'un plan de sobriété énergétique b. Encourager et systématiser l'utilisation responsable de l'énergie	Type d'énergie			
						Fournisseurs d'énergie			
						Consommation électrique (en kWh)	370 582		
				Sensibilisation des collaborateurs, partage des pratiques et responsabilisation	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	% de collaborateurs inscrits sur une plateforme RSE	39%		
		Nombre de collaborateurs sensibilisés via un atelier, un webinar ou un événement	177						

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

					l'empreinte carbone/écologique des collaborateurs	Nombre de communication Groupe	25
E1-2. Contribution à un numérique responsable	ESRS E1 – Changement climatique		Éco-conception des campagnes numériques (communications, productions de sites web, produits électroniques, etc.) pour réduire l'impact environnement et les déchets associés	Mesurer l'impact du numérique dans nos activités Sensibiliser les salarié.es aux enjeux du numérique	a. Mesure empreinte carbone numérique	Indicateurs à déterminer pour la CSRD 2025	
							
E4. Biodiversité et écosystèmes	ESRS E4 – Biodiversité et écosystèmes	Risque d'accroissement réglementaire sur les forêts et sur les écosystèmes		Encourager l'utilisation responsable du papier	a. Favoriser l'utilisation de papier recyclé pour les activités internes de l'entreprise. b. Favoriser la dématérialisation et minimiser l'impression de documents internes. c. Favoriser l'impression de mailings en papier certifiés FSC ou PEFC	Taux de papier recyclé utilisé à l'interne Quantité totale de papier consommé dans le cadre des campagnes marketing (en tonnes)	100% 810
							
						Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issus de forêts gérées durablement et fibres recyclées*	100%
				Contribution à la protection / récupération des ressources naturelles et de la biodiversité.	Soutenir des initiatives de récupération des ressources de la biodiversité (reforestation), ainsi que pour la protection des espaces naturels.	Nombre d'initiatives et/ou organisations soutenues*	1
E5. Utilisation des ressources et économie circulaire	ESRS E5 – Utilisation des ressources et économie circulaire	Hausse des prix voire indisponibilité des ressources en raison de tensions géopolitiques majeures (métaux rares pour les produits électroniques, pétrole/plastique pour les pièces détachées et objets, bois pour les produits éditoriaux, courrier et éléments de merchandising)	Opportunité de changer nos primes cadeaux	Améliorer la conception des mailings et primes abonnement	a. Utilisation du papier b. Primes d'abonnement	% papier recyclé ou certifié mailings	100%
				Réduire la production totale de déchets.	a. Encourager le recyclage des déchets (papier, carton, canettes). b. Favoriser l'utilisation de matériaux	Sous-traitants Déchets papier (kg)	Cèdre & Greenwishes 9 858



Risque de Durcissement des réglementations Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire et le recyclage des D3E

d'impression non toxiques/polluants.
c. Recycler les déchets D3E.





Déchets DEEE
(en kg)

969

2. Social / sociétal

Enjeux de la matrice de matérialité	Correspondance CSRD	Impacts potentiels négatifs / Risques pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Impacts positifs / Opportunités pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Objectifs de DÉKUPLE	Politiques en place	Indicateurs et ICP	2024
S1-1. Composition et diversité  	ESRS S1 – Salariés	Risque lié à un manque d'inclusion, d'égalité et de diversité des pratiques (rémunérations, droits, recrutements)	Mise en place des politiques d'Environnement sain dans le travail, Sensibilisation des équipes au harcèlement Favoriser des initiatives pour promouvoir la place de la femme dans le numérique	Attirer et retenir des talents dans un environnement de travail juste, inclusif, égalitaire et diversifié	a. Mettre en place une politique de recrutement inclusive, égalitaire et diversifiée. b. Promouvoir la charte de la diversité. c. égalité femmes / hommes. d. Favoriser la mobilité des salariés	Nouveaux recrutements totaux en CDI*	165
						Nombre d'alternants recrutés	33
						Nombre de stagiaires recrutés	30
						Index égalité professionnelle les plus récent	81
						Nombre de nationalités parmi les collaborateurs	31
						Nombre de collaborateurs dans le comité de Direction	10
						Nombre de femmes dans le comité de Direction	2
						Nombre de managers	202
						Nombre de femmes managers	82
						% de femmes en CDI *	48 %
						Nombre d'évolutions internes	87
						Nombre d'évolutions Groupe	16



PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

<p>S1-2. Conditions de travail</p>  	<p>ESRS S1 – Salariés</p>	<p>Risque sur la sécurité de l'emploi (remplacement de certains postes, certaines activités)</p>	<p>Réponses aux préoccupations des salariés grâce à des instances de dialogue social ouvertes</p> <p>Favoriser les initiatives de formation et continuer la sensibilisation aux risques psychosociaux</p>	<p>Promouvoir le respect des droits du travail et le dialogue social</p>	a. encourager la concertation et dialogue avec nos collaborateurs.	<p>Nombre de réunions avec les IRP *</p> <p>83</p>
						<p>Nombre d'élus dans les IRP</p> <p>35</p>
					b. promouvoir l'épanouissement des collaborateurs	<p>Nombres d'accords signés</p> <p>2</p>
					c. politique de télétravail.	<p>Nombre de communication Groupe</p> <p>3</p>
					d. renforcer la qualité de vie au travail	<p>Évaluation d'épanouissement des collaborateurs</p> <p>7,2 / 10</p>
						<p>Évaluation qualité de vie au travail</p> <p>4,43 / 5</p>
						<p>Nombre de jours d'absence maladie et accidents du travail *</p> <p>6 461</p>
						<p>Nombre de collaborateurs ayant accès au télétravail</p> <p>875</p>
						<p>% de collaborateurs ayant accès au télétravail</p> <p>94%</p>
					<p>S1-3. Développement des compétences</p>  	<p>ESRS S1 – Salariés</p>
	<p>Nombre de collaborateurs formés au moins une fois</p> <p>895</p>					
b. Plan global de formation à l'Intelligence Artificielle	<p>Nombre de collaborateurs ayant complété un entretien d'évaluation annuel.</p> <p>91%</p>					

<p>S2. Conditions de travail des fournisseurs</p>	<p>ESRS S2 – Travailleurs de la chaîne de valeur</p>	<p>Non-respect des droits fondamentaux des travailleurs de la chaîne de valeur (travail forcé, travail des enfants), et attentes à leur santé / Sécurité lors de l'extraction et traitement des matières premières, lors de la fabrication, l'assemblage, le transport liées à la production de nos produits électroniques, textiles, papiers, PLV événementielles</p> <p>Non-respect des conditions de travail (ex: freelance et tous travailleurs de la chaîne de valeur: horaires, salaires, dialogue social etc.)</p> <p>Risque d'atteintes aux droits humains dans nos opérations amont.</p>	<p>Volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs.</p>	<p>Devoir de vigilance et maîtrise des fournisseurs</p> <p>Formalisation d'une politique d'achats responsables</p>	<p>Nb de personnes formées à la charte des achats responsables 9</p> <p>Nb de fournisseurs évalués 8</p>
<p>S4-2. Marketing responsable</p>	<p>ESRS S4 – Consommateurs et utilisateurs finaux</p>	<p>Proposition de dispositifs pour faire évoluer les clients vers des pratiques / campagnes plus durables</p> <p>Poursuite des offres de Conseil à nos clients sur les nouvelles technologies, être plus performants, à mieux maîtriser leur data, à être compliant avec RGPD</p>	<p>Promotion d'un marketing responsable</p>	<p>Développement de services de conseil sur les nouvelles technologies et la gestion des données dans une perspective d'efficacité et de conformité</p>	<p>Indicateurs à déterminer pour la CSRD 2025 -</p>



3. Gouvernance

Enjeux de la matrice de matérialité	Correspondance CSRD	Impacts potentiels négatifs / Risques pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Impacts positifs / Opportunités pour le Groupe et/ou ses parties prenantes	Objectifs de DÉKUPLE	Politiques en place	Indicateurs et ICP	2024
G1-1. Éthique des affaires & culture d'entreprise 	ESRS G1 – Conduite des affaires	Non-conformité réglementaire (sociale, sociétale et environnementales) des fournisseurs)	Accès à la culture Renforcement de la culture d'entreprise basée sur la flexibilité et la diversité, tout en renforçant la cohésion globale au groupe, pour améliorer le turnover et la rétention des talents	Évaluer et améliorer notre performance RSE à travers certifications et labels.	a. Continuation des standards au travers de certifications et labels	Nombre de certifications ou labels RSE*	4
		Risque de difficulté d'accès au financement pour obtenir les fonds nécessaires pour financer ses opérations, ses projets ou son développement	Valorisation de la culture d'entreprise familiale pour favoriser la transmission des valeurs et renforcer l'engagement des collaborateurs	Lutter contre la corruption et les pratiques anticoncurrentielles.	b. Code de conduite et procédure d'alerte.	Nombre de collaborateurs formés à la charte éthique	400
					c. politique d'achats responsables	Nombre de collaborateurs formés au harcèlement et à la discrimination	400
			Opportunité d'obtenir des nouveaux financements et/ou des taux favorables grâce à des indicateurs ESG satisfaisants		d. Programme de sensibilisation des collaborateurs en ce qui concerne l'éthique et les procédures d'alerte.	Nombre de collaborateurs informés de la charte éthique et de la politique d'alerte	867
G1-2. Cybersécurité & encadrement l'IA 	ESRS G1 – Conduite des affaires	Risque de cyberattaques Risque d'immobilisation de la société dû à la défaillance/suspension des systèmes informatiques en cas de cyberattaques	Déployer de nouvelles offres IA-driven ou encore plus performantes pour gagner en part de marché Opportunité de renforcer la cybersécurité et la résilience de l'entreprise	Protéger les données à caractère personnel.	Garantie de sécurité, de protection et de confidentialité des données Encadrement de l'IA	Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité	2

2.5.2. Méthodologie

1. Périmètre du rapport de durabilité 2024

Le périmètre du rapport de durabilité se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2024, présenté en note 2.1.2 des annexes au comptes consolidés du rapport financier annuel 2024. Il regroupe l'ensemble des entités du Groupe, à l'exclusion des sociétés Coup de Poing, GUD.berlin, Selmore et DotControl qui ont rejoint le Groupe au 4^{ème} trimestre 2024 ainsi que Dékuple Marketing Engineering China, pour laquelle le reporting n'est pas suffisamment fin.

Périmètre 2024 : 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 (Dékuple Iberia) 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. Limites méthodologiques et thématiques exclues

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

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^{er} 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 ».

Le Groupe a effectué un bilan carbone en 2022 et un second est en cours sur l'exercice 2024. Les données de ce rapport sont donc les mêmes que les années précédentes. Ainsi, 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 2024.

3. Évolution de notre stratégie et du reporting RSE

Afin d'adapter notre stratégie RSE aux attentes de nos parties prenantes, le Groupe a fait évoluer ses objectifs et ses indicateurs de suivi par rapport aux années précédentes. Dans le cadre de la préparation à la conformité avec la CSRD,

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

nous avons choisi de publier les informations obligatoires tout en préservant la pertinence des indicateurs et en établissant des objectifs à terme pour assurer un suivi dans le temps. Cette approche vise à simplifier notre reporting, le rendant plus clair et accessible à nos parties prenantes, tout en garantissant une évaluation rigoureuse de nos performances environnementales, sociales et de gouvernance. En concentrant nos efforts sur les indicateurs les plus significatifs, nous renforçons notre transparence et démontrons notre engagement à atteindre des objectifs concrets et mesurables en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. L'analyse des écarts a été intégrée dans notre note de procédure.

Les objectifs publiés à ce stade sont principalement qualitatifs et ne sont pas nécessairement chiffrés. Les objectifs quantifiés seront présentés dans notre Rapport de durabilité en 2025. Nous nous donnons un délai de trois ans pour parvenir à un rapport pleinement conforme aux exigences de la CSRD.

2.6. LA TAXONOMIE EUROPÉENNE

2.6.1. 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 et la restauration de la biodiversité et des écosystèmes (BIO).

DÉKUPLE applique les dispositions des actes délégués publiés par l'UE relatifs à ce Règlement 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,
- les actes délégués qui définissent les critères d'examen technique des activités de l'entreprise qui contribuent de manière substantielle aux six objectifs environnementaux précités.

2.6.2. Analyse et durabilité des activités

1.1. Chiffre d'affaires

Nature du chiffre d'affaires (« CA »), dénominateur

Le Groupe DÉKUPLE se décompose quatre activités principales qui ont généré 217,8 M€ de chiffre d'affaires en 2024 :

1. Conseil en stratégie digitale et data (25,4 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

Les activités de Conseil & Technologie sont mises en œuvre par Converteo. Avec plus de 400 consultants et experts au service de la performance business, marketing et commerciale, situés en France, Espagne, États-Unis et Canada, Converteo assiste ses clients dans l'optimisation des offres, produits et services, grâce à une expertise en Data Analyse, Data Science et Data Engineering.

2. Agences et Solutions (40,3 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

Présentes en France, Espagne, Portugal, Allemagne, Pays-Bas et Chine, les agences créatives et de marketing digital du Groupe combinent expertise et complémentarité pour répondre aux enjeux spécifiques de chaque client. Chacune des entités du Groupe (Brainsonic, Le Nouveau Bélier, Reech, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Dékuple Iberia, l'agence Dékuple, Coup de Poing, GUD.Berlin, Selmore et Dotcontrol) apporte une approche unique : stratégie, data, créativité ou performance digitale. Ses solutions technologiques (Leoo, RocketLinks, Ereferer, Ividence et Smart Traffik) repoussent les limites de l'innovation pour optimiser chaque étape du parcours client. En associant data, intelligence artificielle et outils digitaux avancés, les agences et solutions du Groupe permettent de concevoir des dispositifs cross-canal sur mesure et novatrices 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.

3. Magazines (30,6 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

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.

4. Assurances (3,7 % du chiffre d'affaires consolidé 2024)

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.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

À travers ces quatre activités, le Groupe occupe une place majeure sur le marché de la communication et du data marketing, en France et à l'international, en accompagnant un grand nombre de marques paneuropéennes. Le Groupe a pour ambition de devenir un leader européen de la communication et du data marketing en 2025.

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 chiffre d'affaires consécutifs à l'éligibilité et les a affichés comme non applicables (« N/A ») dans les tableaux de chiffre d'affaires publiés ci-dessous.

Tableau 1 – Chiffre d'affaires

Synthèse : part de CA durable par rapport au total du CA, année 2024

	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 2024

Activités économiques	Codes	Montant du CA	Proportion du CA	Critère de contribution substantielle										Critères DNSH ("Does No Significant Harm")										Proportion du CA N-1	Catégorie (activité habituelle)	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	Garanties minimales													
		k€	%																							%	H	T	
A. Activités éligibles à la taxonomie																													
A1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																													
Activités durables alignées sur la taxonomie (A1)																													
dont Activités habituelles																													
dont Activités de Transition																													
A2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																													
Activités éligibles mais non alignées sur la taxonomie (A2)																													
B. Activités non éligibles à la taxonomie																													
Activités non éligibles à la taxonomie																													
Total CA																													

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 (4 878 milliers d'euros en 2024 ; 3 001 milliers d'euros en 2023), et les droits d'utilisation des biens loués et capitalisés au bilan selon la norme IFRS 16 (3 591 milliers d'euros en 2024 ; 2 344 milliers d'euros en 2023).

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 taxonomie. Les natures d'investissement éligibles à ce titre en 2024 et contribuant à l'objectif d'atténuation du changement climatique (CCM) sont les suivants :

CCM 7.7 Acquisition et propriété d'immeubles

CCM 6.5 Flotte (Transport de motos, de voitures particulières et de véhicules utilitaires légers)

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	Critères de contribution substantielle						Critères DNSH ("Does No Significant Harm")						Proportion des CAPEX N-1	Catégorie (activité habitante)	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			
		€	%															
A. Activités éligibles à la taxonomie																		
A1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																		
Acquisition et propriété d'immeubles	CCM 7.7		0,0%	O	N	N	N	N	N	O	O	O	O	O	O			T
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			T
Sous-total des activités durables alignées sur la taxonomie (A1)		-	0,0%	0,0%	0%	0%	0%	0%	0%									
	dont Activités habitantes		0,0%	0,0%	0%	0%	0%	0%	0%								H	
	dont Activités de Transition		0,0%	0,0%	0%	0%	0%	0%	0%									T
A2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																		
Acquisition et propriété d'immeubles	CCM 7.7	3 591	42,4%	EL	NEL	NEL	NEL	NEL	NEL							39,9%		
Flotte (Transport de motos, de voitures particulières et de véhicules utilitaires légers)	CCM 6.5		0,0%	EL	NEL	NEL	NEL	NEL	NEL							3,9%		
Sous-total des activités éligibles mais non alignées sur la taxonomie (A2)		3 591	42,4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%							43,8%		
B. Activités non éligibles à la taxonomie																		
Activités non éligibles à la taxonomie		4 878	57,6%															
Total CAPEX		8 469																

N/A non applicable
 NEL 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 3 010 milliers d'euros en 2024 (4 900 milliers d'euros 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	Critères de contribution substantielle						Critères DNSH ("Does No Significant Harm")						Proportion des OPEX N-1	Catégorie (activité habitante)	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			
		€	%															
A. Activités éligibles à la taxonomie																		
A1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)																		
Sous-total des activités durables alignées sur la taxonomie (A1)																		
	dont Activités habitantes		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								H	
	dont Activités de Transition		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%									T
A2 Activités éligibles à la taxonomie 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%		
B. Activités non éligibles à la taxonomie																		
Activités non éligibles à la taxonomie		3 010	100,0%															
Total OPEX		3 010																

2.7. RAPPORT DE CERTIFICATION DES INFORMATIONS EN MATIÈRE DE DURABILITÉ ET DE CONTRÔLE DES EXIGENCES DE PUBLICATION DES INFORMATIONS PRÉVUES À L'ARTICLE 8 DU RÈGLEMENT (UE) 2020/852 PAR L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

Société ADLPartner

Exercice clos le 31 décembre 2024

À l'assemblée générale de la société ADLPartner,

Le présent rapport (avis de vérification) est émis par le Cabinet de Saint Front en notre qualité d'organisme tiers indépendant du groupe. Il porte sur les informations consolidées en matière de durabilité et les informations consolidées prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2024 et incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport de gestion du groupe.

En application de l'article L. 233-28-488 du code de commerce, ADLPartner est tenue d'inclure les informations (historiques ou estimées) précitées au sein d'une section distincte du rapport de gestion du groupe. Ces informations ont été établies dans un contexte de première application des articles précités caractérisé par des incertitudes sur l'interprétation des textes, le recours à des estimations significatives, l'absence de pratiques et de cadre établis notamment pour l'analyse de double matérialité ainsi que par un dispositif de contrôle interne évolutif. Elles permettent de comprendre les impacts de l'activité du groupe sur les enjeux de durabilité, ainsi que la manière dont ces enjeux influent sur l'évolution de ses affaires, de ses résultats et de sa situation financière consolidée. Les enjeux de durabilité comprennent les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernement d'entreprise.

En application de l'article L. 822-24 du code de commerce notre mission consiste à mettre en œuvre les travaux nécessaires à l'émission d'un avis, exprimant une assurance limitée, portant sur :

- la conformité aux normes d'information en matière de durabilité adoptées en vertu de l'article 29 ter de la directive (UE) 2013/34 du Parlement européen et du Conseil du 14 décembre 2022 (ci-après ESRS pour European Sustainability Reporting Standards) du processus mis en œuvre par ADLPartner pour déterminer les informations publiées, et le respect de l'obligation de consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa et au dernier alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail ;
- la conformité des informations en matière de durabilité incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe avec les exigences de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris avec les ESRS ; et
- le respect des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852.

L'exercice de cette mission est réalisé en conformité avec les règles déontologiques, y compris d'indépendance, et les règles de qualité prescrites par le code de commerce.

Il est également régi par les lignes directrices de la Haute Autorité de l'Audit « Mission de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 ».

Dans les trois parties distinctes du rapport qui suivent, nous présentons, pour chacun des axes de notre mission, la nature des vérifications que nous avons opérées et les conclusions que nous en avons tirées.

A l'appui de ces conclusions, nous présentons, dans l'annexe jointe au présent rapport, les éléments sur lesquels nous avons porté une attention particulière et les diligences que nous avons mises en œuvre au titre de ces éléments. Nous attirons votre attention sur le fait que nous n'exprimons pas de conclusion sur ces éléments pris isolément et qu'il convient de considérer que les diligences explicitées s'inscrivent dans le contexte global de la formation des conclusions émises sur chacun des trois axes de notre mission.

Enfin, lorsqu'il nous semble nécessaire d'attirer votre attention sur une ou plusieurs informations en matière de durabilité fournies par ADL PARTNER dans le rapport de gestion du groupe, nous formulons un paragraphe d'observations.

Limites de notre mission

Notre mission ayant pour objectif d'exprimer une assurance limitée, la nature (choix des techniques de contrôle) des travaux, leur étendue (amplitude), et leur durée, sont moindres que ceux nécessaires à l'obtention d'une assurance raisonnable.

En outre, cette mission ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de ADL PARTNER, notamment à porter une appréciation, qui dépasserait la conformité aux prescriptions d'information des ESRS sur la pertinence des choix opérés par ADL PARTNER en termes de plans d'action, de cibles, de politiques, d'analyses de scénarios et de plans de transition.

Elle permet cependant d'exprimer des conclusions concernant le processus de détermination des informations en matière de durabilité publiées, les informations elles-mêmes, et les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, quant à l'absence d'identification ou, au contraire, l'identification, d'erreurs, omissions ou incohérences d'une importance telle qu'elles seraient susceptibles d'influencer les décisions que pourraient prendre les lecteurs des informations objet de nos vérifications.

Notre mission ne porte pas sur les informations comparatives.

Conformité aux ESRS du processus mis en œuvre par ADL PARTNER pour déterminer les informations publiées, et respect de l'obligation de consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa et au dernier alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier que :

- le processus défini et mis en œuvre par le groupe lui a permis, conformément aux ESRS, d'identifier et d'évaluer ses impacts, risques et opportunités liés aux enjeux de durabilité, et d'identifier ceux de ces impacts, risques et opportunités matériels qui ont conduit à la publication des informations en matière de durabilité dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe ; et
- les informations fournies sur ce processus sont également conformes aux ESRS.

En outre, nous avons contrôlé le respect de l'obligation de consultation du comité social et économique.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions ou incohérences importantes concernant la conformité du processus mis en œuvre par ADL PARTNER avec les ESRS.

Observation : Sans modifier la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les informations fournies dans le paragraphe 2.1.2 du rapport de gestion du groupe concernant les conditions de préparation des informations sur la durabilité dans le contexte de la première année de publication de ces informations.

Concernant la consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa et au dernier alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail, nous vous informons que, à la date du présent rapport, cette obligation a été respectée.

Conformité des informations en matière de durabilité incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe avec les exigences de l'article L. 233-28-494 du code de commerce, y compris avec les ESRS.

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier que, conformément aux prescriptions légales et réglementaires, y compris aux ESRS :

- les renseignements fournis permettent de comprendre les modalités de préparation et de gouvernance des informations en matière de durabilité incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe, y compris les modalités de détermination des informations relatives à la chaîne de valeur et les exemptions de divulgation retenues ;
- la présentation de ces informations en garantit la lisibilité et la compréhensibilité ;
- le périmètre retenu par ADL PARTNER relativement à ces informations est approprié ; et
- sur la base d'une sélection, fondée sur notre analyse des risques de non-conformité des informations fournies et des attentes de leurs utilisateurs, que ces informations ne présentent pas d'erreurs, omissions, incohérences importantes, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous estimons que les informations publiées ne sont pas conformes aux exigences de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris avec les ESRS.

Observation : Sans modifier la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les informations fournies dans le paragraphe 2.1.2 du rapport de gestion du groupe concernant les conditions de préparation des informations sur la durabilité dans le contexte de la première année de publication de ces informations.

Respect des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier le processus mis en œuvre par ADL PARTNER pour déterminer le caractère éligible et aligné des activités des entités comprises dans la consolidation.

Ils ont également consisté à vérifier les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, ce qui implique la vérification :

de la conformité aux règles de présentation de ces informations qui en garantissent la lisibilité et la compréhensibilité ;

sur la base d'une sélection, de l'absence d'erreurs, omissions, incohérences importantes dans les informations fournies, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions ou incohérences importantes concernant le respect des exigences de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852.

Fait à Toulouse, le 15 avril 2025

L'organisme tiers indépendant

Cabinet de Saint Front

3 rue Brindejonc des Moulinais
31500 Toulouse

Représenté par
Pauline de Saint Front
Présidente

Annexe : éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière**Conformité aux normes ESRS du processus mis en œuvre par ADL PARTNER pour déterminer les informations publiées, et respect de l'obligation de consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa et au dernier alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail**Éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Les informations relatives à l'identification des impacts, risques et opportunités sont mentionnées au paragraphe « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe.

Nous avons pris connaissance du processus mis en œuvre par l'entité concernant l'identification des impacts (négatifs ou positifs), risques et opportunités (« IRO »), réels ou potentiels, en lien avec les enjeux de durabilité mentionnés dans le paragraphe AR 16 des « Exigences d'application » de la norme ESRS 1 et le cas échéant, ceux qui sont spécifiques à l'entité, tel que présenté au paragraphe « Introduction et contexte » du rapport sur la gestion du groupe.

Nous avons apprécié l'exhaustivité des activités comprises dans le périmètre retenu pour l'identification des IRO.

Nous avons pris connaissance de la cartographie réalisée par l'entité des IRO identifiés, incluant notamment la description de leur répartition dans les activités propres et la chaîne de valeur, ainsi que de leur horizon temporel (court, moyen ou long terme), et apprécié la cohérence de cette cartographie avec notre connaissance de l'entité et, le cas échéant, avec les analyses de risques menées par les entités du groupe.

Conformité des informations en matière de durabilité incluses dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe avec les exigences de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris avec les normes ESRS.Éléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Les informations publiées au titre du changement climatique (ESRS E1) et de la biodiversité (ESRS E4) sont mentionnées dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS de ces informations.

Nos diligences ont notamment consisté à :

- sur la base des entretiens menés avec la direction ou les personnes concernées, en particulier, nous avons apprécié si la description des politiques, actions et cibles mises en place par l'entité couvre les domaines suivants : atténuation du changement climatique et biodiversité ;
- apprécier le caractère approprié de l'information présentée dans les notes de la section environnementale des informations en matière de durabilité incluses dans le rapport sur la gestion du groupe et sa cohérence d'ensemble avec notre connaissance de l'entité.

Les informations publiées au titre des effectifs sous contrôle de l'entité (ESRS S1) et des effectifs dans la chaîne de valeur (ESRS S2) sont mentionnées dans la section « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS de ces informations.

Nos diligences ont notamment consisté à :

- sur la base des entretiens menés avec la direction ou les personnes concernées, nous avons apprécié si la description des politiques, actions et cibles mises en place par l'entité couvre notamment les domaines suivants : recrutements, dialogue social, santé et sécurité, achats responsables ;
- apprécier le caractère approprié de l'information présentée dans les notes de la section sociale des informations en matière de durabilité incluses dans le rapport sur la gestion du groupe et sa cohérence d'ensemble avec notre connaissance de l'entité.

En ce qui concerne les informations publiées au titre de la thématiques sociale absentéisme :

- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité visant à la conformité des informations publiées ;
- Nous avons apprécié la cohérence du périmètre considéré pour l'indicateur de nombre de jours d'absence ;
- Nous avons mis en œuvre des procédures analytiques ;
- Nous avons rapproché, sur la base de sondages, les données sous-jacentes servant au calcul du nombre de jours d'absence avec les pièces justificatives.



3. RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

3.1. PRÉSENTATION DE LA GOUVERNANCE	141
3.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION	142
3.3. LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2024	147
3.4. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER	148
3.5. SYSTÈME DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES.....	154
3.6. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES.....	167

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.

À 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 quatre 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 et du M&A ;
- une direction Data, Technologie et Développement.

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 14 juin 2024 pour une période de 6 exercices se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2030 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2029.

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.

Le cabinet de Saint Front a été nommé le 14 juin 2024 en qualité d'organisme tiers indépendant (OTI), avec mission de certification des informations en matière de durabilité pour 3 exercices se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2027 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026.

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 2025, 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
Bertrand Laurioz Président Directeur Général	Non	2020*	2026			Président	
Stéphane Treppoz Membre du conseil	Oui	2020	2026			Membre	
Claire Vigneron Brunel Membre du conseil	Non	2005**	2026				Présidente
Xavier Gandillot Membre du conseil	Oui	2020	2026		Président		
Roland Massenet Membre du conseil	Oui	2009**	2026	Président		Membre	
Caroline Desaegher Membre du conseil	Oui	2017**	2026				Membre
Delphine Grison Membre du conseil	Oui	2020	2026	Membre	Membre		
Marc Vigneron Membre du conseil	Non	2019**	2026				
Isabelle Vigneron Laurioz Membre du conseil	Non	2019**	2026				Membre
Dinesh Katiyar 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 2024, le conseil d'administration s'est réuni 5 fois aux dates ci-après et avec des ordres du jour qui ont été principalement consacrés :

- le 29 mars, à l'arrêté des comptes 2023 et à la marche des affaires du 1^{er} 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 l'avance du plan de formation des dirigeants, sur la succession des dirigeants, sur les points de vigilance du code Middennext, 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 2023 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 ; la rémunération du président directeur général a été discutée ainsi que diverses opérations de croissance externe ; la séance a aussi été l'occasion de préparer l'assemblée générale des actionnaires d'approbation des comptes (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 22 mai 2024, à la confirmation du choix du comité d'audit comme organe chargé d'assurer le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations en matière de durabilité et à la proposition de nomination du cabinet de cabinet de Saint Front en qualité d'organisme tiers indépendant (OTI) (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 14 juin, 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 la mise à jour du règlement intérieur du conseil ; au versement d'un supplément d'intéressement à titre exceptionnel ; à l'examen des résultats de l'assemblée générale ; à diverses opérations de croissance externe (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 27 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 13 décembre, à l'évolution des activités ; à l'examen des budgets de l'exercice 2025 ; 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 (taux de présence des membres du conseil : 100%).

À 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 2024 a été de 170 000 euros, conformément au montant voté par l'assemblée générale du 14 juin 2024 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")³ 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 :

- 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 14 juin 2024, suite au choix du comité d'audit comme organe chargé d'assurer le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations en matière de durabilité lors de la réunion du 22 mai 2024, 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

³ Le Code de gouvernance MiddleNext peut être consulté au siège social ou auprès de l'association MiddleNext (www.middlenext.com)

- 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.

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 doit également aider le conseil sur toutes les questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations en matière de durabilité. À ce titre, il est notamment chargé :

- 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 de l'information en matière de durabilité, y compris sous forme numérique ;
- d'émettre une recommandation sur les commissaires aux comptes (ou organisme tiers indépendant) proposés à la désignation par l'assemblée générale ou l'organe exerçant une fonction analogue ;
- de suivre la réalisation des missions dudit commissariat aux comptes ou organisme tiers indépendant ainsi nommé et de certification des informations en matière de durabilité ;
- de s'assurer du respect des conditions d'indépendance requises des intervenants exerçant des missions de certification des comptes et de certification des informations en matière de durabilité.

Pour ces questions relatives aux informations en matière de durabilité, le comité d'audit devra veiller à informer ou travailler en lien avec le comité RSE si nécessaire.

Le comité d'audit est actuellement composé des deux 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 2024, les 28 mars et 25 septembre. La première a été consacrée à l'examen des comptes annuels 2023 et la troisième à celui des comptes semestriels au 30 juin 2024. La seconde a été consacrée à l'appel d'offres en vue de la proposition au conseil et à l'assemblée générale de la nomination du cabinet de Saint-Front en qualité d'organisme tiers indépendant, avec mission de certification des informations en matière de durabilité.

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

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 deux membres du conseil suivants :

- Monsieur Xavier Gandillot, président ;
- Madame Delphine Grison, membre indépendante.

Le comité des nominations et des rémunérations s'est réuni 2 fois en 2024, les 20 mars et 28 novembre.

Comité du développement

Le comité du 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 quatre 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 du développement s'est réuni 4 fois en 2024, les 8 février, 22 mai, 4 septembre et 22 novembre.

Comité RSE

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 a également la 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 trois membres du conseil suivants :

- Madame Claire Vigneron-Brunel, présidente ;
- Madame Isabelle Vigneron-Laurioz ;
- Madame Caroline Desaegher, membre indépendante ;

Le comité RSE s'est réuni 2 fois en 2024 les 2 février 2024 et 6 décembre.

4. Politique de diversité

DÉKUPLE place la diversité et l'inclusion au cœur de sa stratégie, avec pour ambition de constituer des équipes représentatives de la société et d'instaurer un environnement favorisant équité, engagement et responsabilisation. Cet engagement est un levier clé pour attirer et fidéliser les talents, tout en renforçant son positionnement en tant qu'employeur de référence.

Signataire de la Charte de la diversité depuis 2019, le Groupe s'engage à :

- Lutter contre toute discrimination dans le recrutement et la gestion des carrières ;
- Représenter la diversité de la société française au sein de ses équipes ;
- Sensibiliser ses collaborateurs, clients, partenaires et fournisseurs à ces enjeux.

Cet engagement s'inscrit dans une volonté de management fondé sur la confiance et la reconnaissance, au bénéfice de l'ensemble des parties prenantes.

Des informations complémentaires sont disponibles dans le rapport de durabilité, chapitre 2 du présent document. "

3.3. LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2024

Prénom & Nom	Mandats actuels au sein d'ADLPartner	Mandats et fonctions actuels au sein d'autres sociétés
M. Bertrand Laurioz	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) Gérant de la SCI de la Rue de Chartres Président de la SAS ADLP Telesurveillance (jusqu'en juin 2024) 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 Membre du comité stratégique de la SAS Coup De Poing Membre du Conseil d'administration de Dekuple Netherlands B.V
Mme Claire Brunel	Administrateur	Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa D.R.H. et membre du directoire de la SAS Cèdre Présidente de la SAS SIRBA
M. Marc Vigneron	Administrateur	Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa Data Scientist - Allianz SE
Mme Isabelle Laurioz	Administrateur	Présidente et membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa Présidente du Conseil de surveillance de Cèdre depuis le 12 décembre 2024 Présidente de la SAS WINSTON
M. Dinesh Katiyar	Censeur	Partner, Accel jusqu'au 1er Avril 2025 Director, Mindtickle jusqu'au 1er Avril 2025, Director, Entylle jusqu'au 1er Avril 2025
M. Roland Massenet	Administrateur	Président de Incenteev SAS
Mme Caroline Desaegher	Administrateur	Directrice Communication & Expérience Patients de Vivalto Santé Membre du Board d'IA Medical
Mme. Delphine Grison	Administrateur	Présidente de DGTL Conseil Administratrice de la société SOLOCAL GROUP Administratrice de Pierre et Vacances - Center Parcs
M. Xavier Gandillot	Administrateur	Président de Twice Again
M. Stéphane Treppoz	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 BUNSHAINTERNATIONAL (SA)

3.4. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER

3.4.1. Rémunération du président directeur général pour les exercices 2024 et 2023

<u>Rémunérations dues</u> <u>au titre des exercices 2023 et 2024</u>		B. Laurioz	
En Euros	2024	2023	
Rémunération Fixe (Brute)	355 356	355 356	
Rémunération Variable (Brute)	319 187	206 768	
Avantages En Nature (Voiture)	8 748	7 757	
Jetons De Présence			
Total	683 291	569 881	
Valorisation Maximum Des Droits À Actions *	355 356	355 374	
Total Maximum	1 038 647	925 255	

Proportion variable / total	65%	61%
Par rapport à rem mediane	x16,8	x14,9
Par rapport à moyenne	x13,8	x12,3

* 60 % des actions gratuites attribuées en 2023 et 2024 sont soumises à des critères de performance basés sur l'atteinte de critères de performance au titre des deux exercices suivants leur attribution

<u>Rémunérations versées</u> <u>au cours des exercices 2023 et 2024</u>		B. Laurioz	
En Euros	2024	2023	
Rémunération Fixe (Brute)	355 356	355 356	
Rémunération Variable (Brute)	206 768	281 146	
Avantages En Nature (Voiture)	8 748	7 757	
Jetons De Présence			
Total	570 872	644 259	

Options d'achats d'actions attribuées au titre des exercices 2023 et 2024		B. Laurioz	
	2024	2023	
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)			

Actions attribuées gratuitement au titre des exercices 2023 et 2024		B. Laurioz	
	2024	2023	
N° Et Date Du Plan	B 2024 13/12/2024	B 2023 15/12/2023	
Nombre De Droits Attribués	9 871	13 162	
Date D'acquisition Des Droits Et De Disponibilité Des Actions	01/05/2027	01/05/2026	
Valorisation Maximum Des Droits Selon La Méthode Retenue Pour Les Comptes Consolidés (En Euros)*	355 356 €	355 374 €	
Conditions De Performance	Oui	Oui	

* 60% des actions gratuites attribuées en 2024 sont soumises à l'atteinte de critères de performance au titre des exercices 2025 et 2026

Options d'achats d'actions levées au cours des exercices 2023 et 2024		B. Laurioz	
	2024	2023	
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
LAURIOZ Bertrand Date de début de mandat : 2020* Date de fin de mandat : 2026*		X	X ⁽¹⁾			X	X ⁽²⁾	

* Cf. le tableau de l'article 3.2.1 ci-dessus pour des précisions sur la durée des mandats.

⁽¹⁾ 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 2024 à 17 156 € pour B. Laurioz.

⁽²⁾ Cf. informations sur ce point figurant au paragraphe 3.4.4 4 ci-après

<u>Au titre des exercices 2023 et 2024</u>	Claire Brunel		Marc Vigneron		Isabelle Laurioz	
En Euros	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	19 000	19 000	14 000	12 000	17 000	17 000
Total	19 000	19 000	14 000	12 000	17 000	17 000

<u>Au titre des exercices 2023 et 2024</u>	Stéphane Treppoz		Robin Smith		Dinesh Katiyar	
En Euros	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Autres rémunérations	35 200	35 200				
Rémunération au titre du mandat	18 000	17 000		10 000	18 000	17 000
Total	53 200	52 200	-	10 000	18 000	17 000

<u>Au titre des exercices 2023 et 2024</u>	Delphine Grison		Roland Massenet		Caroline Desaegher	
En Euros	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	23 000	21 000	24 000	22 000	17 000	17 000
Total	23 000	21 000	24 000	22 000	17 000	17 000

<u>Au titre des exercices 2023 et 2024</u>	Xavier Gandillot	
En Euros	2024	2023
Autres rémunérations	9 000	
Rémunération au titre du mandat	20 000	18 000
Total	29 000	18 000

3.4.3. 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. À 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 28 mars 2025. 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 2024 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 14 juin 2024.

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^{er} janvier 2024, la rémunération fixe de Monsieur Bertrand Laurioz s'élève à un montant brut annuel de 355 356 euros
- Au titre de l'exercice 2024 (devant être payée en 2025), les modalités de détermination de la rémunération variable sont égales à la somme des composantes suivantes :
 - 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).

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Lors de sa réunion du 13 décembre 2024, 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 2025 (devant être payée en 2026) 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 (la « Part Fixe »):

- a) Une première composante calculée en fonction du degré d'atteinte, pour un exercice donné, de la création de valeur opérationnelle (CVO) consolidée du Groupe DÉKUPLE par rapport au budget préalablement présenté et validé par le conseil : Le montant de référence (le « Montant de Référence ») de cette composante, en cas d'atteinte de la cible, serait de 20% du montant annuel brut de la Part Fixe.
 - Si la CVO est inférieure ou égale à 50% au budget, cette composante serait nulle ;
 - Si la CVO est comprise entre 50% et 100% du budget, cette composante serait d'un montant exprimé en % du Montant de Référence calculé de manière linéaire avec 0% du Montant de Référence pour une CVO égale à 50% du budget et 100% du Montant de Référence pour une CVO égale à 100% du budget ;
 - Si la CVO est supérieure ou égale au budget, cette composante serait égale au Montant de Référence.
- b) Une deuxième composante calculée comme un intéressement sur la CVO constatée à la fin de chaque exercice ; le taux d'intéressement est de 1,55% appliqué à la CVO telle que définie ci-dessus.
- c) Une troisième composante calculée en fonction du développement de la marge brute générée par les activités de marketing digital du Groupe (« MB ») pour un exercice donné.

Le montant de référence (le « Montant de Référence ») de cette composante, en cas d'atteinte de la cible, serait de 33% du montant annuel brut de la Part Fixe.

- Si la MB est inférieure ou égal au plus élevé (i) de 80% de la MB du budget et (ii) de 100% de la MB de l'exercice précédent (le « Montant Minimal de MB »), cette composante serait nulle ;
 - Si la MB est comprise entre le Montant Minimal de MB et 100% du budget, cette composante serait d'un montant exprimé en % du Montant de Référence calculé de manière linéaire avec 0% du Montant de Référence pour une MB égale au Montant Minimal de MB et 100% du Montant de Référence pour une MB égale à 100% du budget ;
 - Si la MB est supérieure ou égale au budget, cette composante serait 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, devrait représenter en brut 20% de la Part Fixe « à la cible atteinte ».

Cette composante serait basée sur les 3 orientations stratégiques suivantes :

- i. Actions de diversification du Groupe vers les nouvelles activités de marketing digital, et notamment M&A
- ii. Actions de défense de l'érosion subie par les activités traditionnelles
- iii. 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 basés actuellement sur la « création de valeur consolidée (part du groupe) » (pour 35% des actions gratuites sous conditions de performance), sur l'évolution de la « marge brute » de l'activité marketing digital (pour 50% des actions gratuites sous conditions de performance) et sur l'évolution du « profit opérationnel » de l'activité marketing digital (pour 10% des actions gratuites sous conditions de performance) au titre des deux exercices suivants leur attribution. 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 bénéfice 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. À 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. SYSTÈME DE CONTRÔLE INTERNE ET DE GESTION DES RISQUES

3.5.1. 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.

3.5.2. 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 a été effectuée en 2024 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.

3.5.3. La conformité aux lois et règlements

Dans notre activité de vente d'abonnements à la presse magazine, nous respectons strictement les réglementations en matière de consommation, de concurrence et de protection des données, notamment pour la vente à distance et les loteries commerciales. La conformité des messages diffusés par mailings est contrôlée par nos partenaires et notre service juridique interne, qui sollicite des experts externes si nécessaire. Nous nous assurons d'appliquer la législation en vigueur, notamment les directives de la CNIL en France.

Le Groupe a également diversifié ses opérations BtoC dans la vente d'assurances en tant que courtier via sa filiale ADLP Assurances, détenue à 100 %. Cette activité fait l'objet d'un suivi rigoureux pour garantir le respect des réglementations spécifiques.

Dans le cadre du développement de ses activités data et marketing digital, le Groupe a renforcé sa gouvernance en matière de protection des données. Un Délégué à la Protection des Données (DPO) Groupe a été nommé pour veiller à la conformité avec le RGPD et les réglementations locales. Nos processus intègrent des standards élevés en matière de sécurité et d'éthique des données afin d'assurer la transparence et la protection des informations personnelles de nos clients et partenaires.

Le Groupe s'appuie également sur des conseils extérieurs spécialisés pour garantir le respect des réglementations applicables (droit du travail, droit des sociétés, droit boursier, etc.). Enfin, il convient de rappeler que l'entreprise n'est exposée à aucun risque environnemental.

3.5.4. 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 président directeur général de décider des actions à mettre en œuvre et pour le président 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.

3.5.5. 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.

3.5.6. 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.

3.5.7. 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 du rapport de durabilité, figurant au chapitre 2 du présent document.

1. Synthèse des risques

Un exercice complet d'évaluation des risques a été mené et validé au cours de l'exercice 2024 avec l'aide d'un partenaire externe et s'appuyant sur une appréhension complète des principaux risques auxquels DÉKUPLE est confronté. Les éléments ci-dessous présentent ainsi de manière synthétique les principaux risques estimés et organisés dans un nombre

limité de catégories en fonction de leur nature : les risques de marché et d'activité, les risques opérationnels, et les risques juridiques et financiers.

Dans chaque catégorie, les facteurs de risques sont classés, après intégration de l'évaluation des moyens de contrôles en place, selon leur niveau de criticité en combinant pour chaque risque son niveau de maîtrise :

Niveau de maîtrise	Criticité
**** Faible	*** Majeure
*** Moyen	** Modérée
** Efficace	* Faible
* Optimisé	

	Maîtrise	Criticité
Risques de marché et d'activité		
Disruption technologique	***	***
Risques liés à l'érosion du marché de la presse	***	***
Risques liés à la concurrence	***	**
Risques opérationnels		
Risque de cybersécurité	***	***
Risque réputationnel	***	**
Risques liés aux acquisitions	***	**
Dépendance aux collaborateurs clés	***	**
Dépendance aux clients et partenaires	**	**
Continuité d'activité	**	**
incapacité à attirer ou retenir les talents	**	**
Risques RSE	***	*
Risque Santé & Sécurité	**	*
dépendance aux fournisseurs et sous-traitants	**	*
Risques juridiques et financiers		
Manquement aux réglementation	**	**
Liquidité et taux d'intérêt	**	**

2. Risques de marché et d'activité

2.1. Risques liés à la disruption technologique

Description

L'évolution rapide des technologies, en particulier l'essor de l'intelligence artificielle générative, représente un défi majeur pour le Groupe. Une incapacité à s'adapter à ces transformations pourrait impacter son modèle économique et la chaîne de valeur de certaines de ses activités. Face à un environnement en mutation, plusieurs facteurs peuvent freiner cette adaptation : un manque de compétences internes, une résistance au changement, des investissements insuffisants, l'absence de veille technologique ou encore l'incompatibilité des systèmes d'information et des outils existants.

Si ces risques ne sont pas maîtrisés, le Groupe pourrait subir une perte de compétitivité face à des acteurs plus agiles et innovants. Une adoption tardive ou inadéquate des nouvelles technologies pourrait entraîner une dégradation des revenus et des marges, une altération de son image de marque et une difficulté à attirer et retenir les talents, en particulier dans un contexte où les expertises technologiques sont très prisées sur le marché.

Gestion et mesures mises en place

Conscient de ces enjeux, le Groupe a mis en place plusieurs mesures pour limiter ces risques et favoriser son adaptation aux évolutions technologiques. Des actions de formation spécifiques sur l'intelligence artificielle sont menées pour acculturer les équipes et développer les compétences internes. Les collaborateurs sont encouragés à utiliser les outils d'IA du marché afin de maximiser leur productivité et leur efficacité. Par ailleurs, le Groupe investit activement dans certaines solutions technologiques stratégiques et veille à internaliser les compétences clés sur des éléments essentiels de sa chaîne de valeur. Cette démarche est notamment soutenue par des opérations de croissance externe, permettant

d'acquérir à la fois des expertises et des technologies différenciantes. Les évolutions technologiques représentent également des opportunités pour le développement de nouveaux modèles économiques.

2.2. Risques liés à l'érosion du marché de la presse

Description

L'érosion du marché de la presse représente un risque majeur pour le Groupe, notamment en raison des profondes mutations qui affectent ce secteur. L'essor des plateformes numériques et des réseaux sociaux modifie en profondeur les comportements de consommation, entraînant une diminution continue du lectorat des titres de presse traditionnels. Cette évolution est accentuée par une concurrence accrue et une adaptation parfois lente aux nouvelles technologies et aux tendances émergentes. Une accélération brutale de cette tendance, non compensée par la diversification des activités du Groupe, pourrait fragiliser ses revenus et sa position sur le marché.

Un recul marqué du marché de la presse impacterait directement les revenus générés par cette activité, réduisant la marge et mettant en péril certaines offres historiques. Une perte de parts de marché prolongée pourrait également générer des difficultés financières, rendant encore plus impératif l'adaptation aux nouvelles dynamiques du secteur.

Gestion et mesures mises en place

Pour atténuer ces risques, le Groupe poursuit activement sa stratégie de diversification. Il développe ses activités sur des segments en croissance, notamment le marketing digital et le courtage d'assurance, tout en accélérant son expansion internationale. Par ailleurs, la diversité de l'offre proposée par les éditeurs permet d'atténuer l'impact des évolutions du marché. En cas de perte d'un partenaire, le portefeuille d'abonnements reste acquis au Groupe pour toute sa durée de vie, garantissant ainsi en moyenne plus de deux années de revenus sans frais commerciaux directs. Ces mesures permettent au Groupe de sécuriser ses résultats et d'adapter son modèle face aux mutations du marché de la presse.

2.3. Risques liés à la concurrence

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.

L'incapacité à fidéliser ses clients et à préserver ses marges dans un contexte de pression concurrentielle accrue pourrait entraîner une réduction de la part de marché du Groupe et affecter sa viabilité à long terme. Plusieurs causes peuvent expliquer ce risque, notamment un manque de différenciation des offres, une hétérogénéité dans la qualité des services, une réactivité insuffisante face aux évolutions du marché ou encore une pression accrue sur les prix.

Si ce risque venait à se matérialiser, le Groupe pourrait connaître une diminution de ses parts de marché et une dégradation de ses revenus et de sa marge, compromettant ainsi sa viabilité à long terme. Par ailleurs, une détérioration de l'image de marque, des difficultés financières et un départ de talents clés pourraient en découler, accentuant encore davantage la fragilité de l'entreprise.

Gestion et mesures mises en place

Pour atténuer ces risques, le Groupe mise sur la mise en œuvre de sa stratégie, qui repose à la fois sur des investissements commerciaux dans ses offres Magazines et Assurances afin de développer des portefeuilles de contrats générateurs de revenus récurrents, et sur le développement de ses offres de Marketing Digital par croissance organique et externe, renforçant ainsi sa position concurrentielle. Afin de consolider cet avantage, il investit dans des technologies innovantes et des actifs différenciants, tant en interne qu'au travers d'acquisitions stratégiques. L'internationalisation de ses activités constitue également un levier clé pour renforcer sa compétitivité. Enfin, chaque filiale assure une veille continue du marché et des concurrents afin d'ajuster la stratégie en fonction des dynamiques du secteur.

3. Risques opérationnels

3.1. Risques de cybersécurité

Description

Le Groupe est confronté à des menaces croissantes en matière de cybersécurité, notamment en raison de la sophistication accrue des attaques ciblées et de la nécessité de protéger l'intégrité et la sécurité des données commerciales et financières. Une faille de sécurité, une erreur humaine ou encore l'absence de protocoles robustes pourraient compromettre la continuité des opérations et affecter la réputation de l'entreprise. De plus, le renforcement des réglementations en matière de protection des données, telles que le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), accentue l'importance de la conformité et du respect des bonnes pratiques en matière de cybersécurité.

Les conséquences d'une atteinte à la sécurité des systèmes d'information peuvent être multiples : interruption des opérations, perte de confiance des clients, impact financier direct lié à la remédiation des attaques, ainsi que des répercussions juridiques en cas de non-conformité aux obligations légales et réglementaires. Une gestion insuffisante de ces risques pourrait également nuire durablement à l'image du Groupe.

Gestion et mesures mises en place

Pour limiter ces menaces, le Groupe a renforcé ses dispositifs de cybersécurité en structurant une gouvernance dédiée. Un Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) a été nommé et pilote un plan d'actions spécifique incluant des audits réguliers et un suivi des incidents de sécurité. Un programme de sensibilisation est également en place afin de former les managers et les collaborateurs les plus exposés aux risques cybernétiques. Des exercices pratiques, tels que des simulations de cyberattaques (e.g. rançongiciel), sont organisés pour améliorer la réactivité et renforcer les réflexes de protection des données. Par ailleurs, des tests d'intrusion sont régulièrement menés, et des investissements continus sont réalisés pour assurer la redondance et la sécurisation des infrastructures critiques.

En complément, le programme de gestion des données personnelles en place depuis 2018 assure un respect strict du RGPD et repose sur des processus de gouvernance rigoureux supervisés par un Data Protection Officer (DPO) certifié. Ce cadre de contrôle et de prévention permet au Groupe de réduire les risques liés aux cybermenaces et d'assurer une protection optimale des données sensibles.

3.2. Risques réputationnel

Description

La réputation du Groupe constitue un actif stratégique essentiel, influençant tant la confiance de ses clients que l'engagement de ses collaborateurs. Toute atteinte à cette réputation pourrait entraîner des conséquences significatives, notamment une perte de clients, une augmentation du turnover ou une détérioration des relations commerciales. Une gestion inadéquate de l'image du Groupe pourrait ainsi fragiliser sa position sur le marché et impacter durablement sa performance.

Différents facteurs peuvent altérer cette réputation, parmi lesquels une communication inappropriée, un manque de transparence, une gestion de crise inefficace ou encore le non-respect des engagements pris envers les clients et les collaborateurs. Une culture d'entreprise déficiente pourrait également accentuer ces risques en réduisant la cohésion interne et la capacité à répondre aux attentes des différentes parties prenantes.

Gestion et mesures mises en place

Pour prévenir ces risques, le Groupe veille à la gestion fine de sa marque employeur, garantissant une image cohérente et attractive aussi bien en interne qu'en externe. Une procédure d'alerte, signée par l'ensemble des collaborateurs, permet de détecter et de traiter rapidement toute situation pouvant nuire à l'intégrité du Groupe. De plus, une attention particulière est portée à la conformité réglementaire et à la gestion des problématiques liées aux données, notamment grâce aux compétences juridiques intégrées au sein de la Direction Juridique et de la Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI). Ces dispositifs permettent d'anticiper et de limiter les impacts potentiels sur l'image et la réputation du Groupe.

3.3. Risques liés aux acquisitions

Description

Le Groupe pourrait rencontrer des difficultés dans l'intégration des sociétés acquises, qui reposent souvent sur des organisations et des processus spécifiques. Ces entreprises, souvent dirigées par des entrepreneurs fortement impliqués dans leur société, peuvent présenter des différences culturelles et des modes de prise de décisions qui complexifient leur intégration. Le maintien des équipes et la mise en place de synergies avec le Groupe pourraient alors être compromis. Une intégration inefficace pourrait générer des retards dans la mise en œuvre des stratégies, une perte de confiance du marché, des pertes financières et, à terme, remettre en cause la stratégie du Groupe.

L'incapacité à réaliser les acquisitions nécessaires pour soutenir la croissance du Groupe, combinée à des difficultés d'intégration, pourrait limiter le développement des synergies attendues et générer des tensions organisationnelles et humaines, particulièrement dans un contexte de croissance externe à l'international. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ces difficultés : des différences culturelles marquées entre les entités fusionnées, un manque de planification et de suivi dans l'intégration, une communication inefficace entre les équipes, une surévaluation des synergies potentielles ou encore un déficit de leadership pour piloter ces changements.

Si ces enjeux ne sont pas correctement anticipés et maîtrisés, l'absence ou l'insuffisance des synergies prévues pourrait freiner la croissance du Groupe. Des tensions organisationnelles pourraient émerger, entraînant un climat de travail dégradé et un risque de départ des talents clés, ce qui limiterait l'impact positif des acquisitions sur la trajectoire du Groupe.

Gestion et mesures mises en place

Pour prévenir ces risques, le Groupe a mis en place une politique d'acquisition ciblant des entreprises dont les compétences sont complémentaires et dont les dirigeants partagent les valeurs du Groupe. La prise de participation progressive, à vocation majoritaire, permet aux dirigeants des sociétés acquises de rester actionnaires de leur structure et d'organiser progressivement la transition de leur participation. Cette approche favorise le développement des expertises du Groupe tout en assurant une continuité managériale.

Avant chaque acquisition, des vérifications approfondies sont menées et un plan d'intégration est établi en collaboration avec les dirigeants des sociétés acquises. Ce plan est accompagné de comités de pilotage dédiés, d'un alignement sur les standards financiers, juridiques et de sécurité informatique du Groupe et de la responsabilisation d'un cadre dirigeant du comité exécutif sur l'intégration rapide des offres acquises. Afin d'assurer une transition efficace, un cadre de gouvernance structuré est mis en place, garantissant que les décisions stratégiques ayant un impact sur la valeur de la société sont prises en concertation avec le Groupe. Des due diligences rigoureuses encadrent la structuration des acquisitions, avec un partage des risques le cas échéant. En complément, des clauses spécifiques garantissent l'alignement des attentes en matière de synergies et encouragent la collaboration avec les autres entités du Groupe. Des actions ciblées sont également mises en place pour favoriser l'émergence de synergies commerciales et opérationnelles, tandis que des chartes et des processus d'intégration clairs assurent une harmonisation efficace des nouvelles entités au sein du Groupe.

3.4. Risques liés à la dépendance aux collaborateurs clés

Description

La réussite du Groupe repose sur les compétences, la disponibilité et l'engagement de ses dirigeants et collaborateurs clés, ainsi que sur la qualité des relations qu'ils entretiennent avec les clients. Une dépendance excessive vis-à-vis de ces profils stratégiques peut constituer un risque en cas de départ ou d'indisponibilité, susceptible d'affecter la continuité de certaines opérations. Dans un environnement où les compétences digitales sont essentielles à la transformation des organisations, le Groupe évolue dans un secteur marqué par un turnover important, accentué par plusieurs facteurs. La concentration des compétences sur un nombre restreint d'individus, l'absence de plans de succession pour certains postes stratégiques, l'attractivité du marché, la pression professionnelle et la culture d'entreprise sont autant d'éléments pouvant fragiliser la rétention des talents.

Une difficulté à attirer et fidéliser ces profils clés pourrait entraîner des conséquences significatives sur les activités et la performance du Groupe. Le départ de collaborateurs stratégiques peut entraîner une interruption des opérations, une perte de savoir-faire, une baisse de la productivité et, à terme, une dégradation de l'image et de la réputation du Groupe.

Gestion et mesures mises en place

Pour prévenir ces risques, les directions des ressources humaines du Groupe et de ses filiales mettent en place plusieurs mesures de gestion et de rétention des talents. Elles procèdent à l'identification des collaborateurs clés et déploient des mécanismes d'incitation à la performance, incluant des plans d'intéressement à long terme, afin de renforcer leur

engagement. Le Groupe veille également à promouvoir des politiques d'égalité salariale et d'égalité des chances, contribuant à un environnement de travail attractif et équitable. En parallèle, un programme de formation étendu permet de développer les compétences internes et d'accroître le sentiment d'appartenance des collaborateurs à un projet d'entreprise global. Ces initiatives visent à limiter le turnover et à assurer la continuité et la pérennité des activités du Groupe.

3.5. Risques de dépendance aux clients et partenaires

Description

Le Groupe évolue dans un environnement où la dépendance aux clients et aux partenaires stratégiques représente un facteur de risque important. Dans les activités magazines et assurances, les opérations menées en partenariat présentent un risque limité, les montants étant prélevés par des entreprises solvables avant d'être reversés à la société. Toutefois, les ventes en direct d'abonnements à durée déterminée, lorsqu'elles ne font pas l'objet d'un paiement à la commande, peuvent constituer un risque. Bien que l'encours soit composé d'un grand nombre de sommes individuellement peu importantes, une gestion rigoureuse est essentielle pour limiter les impayés.

Dans les activités de marketing digital, un client peut à tout moment réduire ou arrêter ses investissements publicitaires, voire choisir d'autres agences. La perte d'un ou plusieurs contrats significatifs pourrait impacter négativement l'activité et les résultats du Groupe. De plus, la survenance de conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur peut freiner la croissance et affecter la rentabilité. La dépendance excessive à un nombre restreint de clients majeurs renforce cette vulnérabilité.

En parallèle, les relations avec les éditeurs et partenaires stratégiques sont un autre facteur de risque. Dans un marché de la presse en mutation et face à la montée en puissance du numérique, les décisions des éditeurs peuvent influencer la disponibilité des titres distribués par le Groupe. Une consolidation du secteur pourrait entraîner une réduction du nombre de titres publiés, impactant ainsi l'attractivité de l'offre et la valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre. Une dépendance excessive à un nombre limité de partenaires stratégiques pourrait également fragiliser le modèle économique du Groupe.

Gestion et mesures mises en place

Pour gérer ces risques, le Groupe met en œuvre plusieurs actions. Dans les activités magazines, les retards de paiement sont systématiquement relancés selon une procédure rigoureuse avant d'être transmis à une société de recouvrement. L'encours client est analysé à chaque clôture pour établir une provision sur une base statistique, garantissant une gestion prudente des risques financiers.

Dans le domaine du marketing digital, la direction du Groupe surveille en permanence l'exposition à la perte de contrats majeurs. Un portefeuille de clients diversifié, incluant de grands groupes du CAC 40, permet de limiter les risques. Bien que la récurrence des contrats varie selon les clients, les filiales du Groupe bénéficient d'une forte fidélisation sur le long terme. La gestion de la relation client repose sur le respect strict des contrats et des clauses d'exclusivité pour renforcer la stabilité des revenus.

Concernant les relations avec les éditeurs et partenaires, la diversité de l'offre garantit une certaine résilience face aux évolutions du marché. En cas de cessation de parution d'un magazine, une solution de remplacement est systématiquement proposée aux abonnés grâce au vaste réseau de relations du Groupe avec les éditeurs. De plus, si un partenaire venait à se retirer, le portefeuille d'abonnements resterait acquis à DÉKUPLE pour sa durée de vie moyenne de plus de deux ans, garantissant ainsi des recettes continues sans nécessiter de nouveaux investissements commerciaux immédiats.

Enfin, la diversification stratégique du Groupe, notamment dans le marketing digital et le courtage d'assurance, a permis d'atténuer la dépendance aux clients et partenaires historiques. Cette approche contribue à renforcer la résilience du modèle économique face aux évolutions du marché et aux aléas des relations commerciales.

3.6. Risque de continuité d'activité

Description

La continuité d'activité est un enjeu stratégique majeur pour le Groupe, qui repose sur la disponibilité et la performance de ses systèmes d'information. Toute indisponibilité prolongée, notamment des solutions cloud, pourrait entraîner des interruptions critiques, une perte de données importante et des conséquences financières significatives. Dans un environnement technologique en constante évolution, marqué par l'essor de l'intelligence artificielle (IA) et la sophistication

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

croissante des cybermenaces, le Groupe met en œuvre des mesures rigoureuses pour garantir la résilience de ses infrastructures et la sécurité de ses données.

Gestion et mesures mises en place

La cybersécurité et la gestion des données personnelles sont au cœur des priorités de DÉKUPLE. Afin de garantir la protection des informations sensibles et de se conformer aux réglementations, notamment le RGPD, le Groupe a mis en place un programme structuré de gestion des données personnelles. Un Data Protection Officer (DPO) supervise cette stratégie, assurant une gouvernance transparente et efficace. Depuis 2022, le DPO d'ADLPartner SA est certifié par Bureau Veritas, attestant de la conformité aux standards européens en matière de protection des données.

En complément, un Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information (RSSI) anime un comité de sécurité informatique mensuel réunissant la DSI, le DPO et la Direction Financière. Cette instance permet de surveiller les menaces potentielles, d'anticiper les risques et d'améliorer continuellement les protocoles de sécurité.

L'intelligence artificielle représente un levier clé pour optimiser les performances marketing et l'analyse des données clients. Toutefois, son intégration soulève des défis liés à la confidentialité et à la protection des informations sensibles. Afin de garantir un usage sécurisé et responsable de l'IA, DÉKUPLE a déployé un programme de formation interne qui vise à sensibiliser les collaborateurs aux bonnes pratiques, notamment l'utilisation de prompts sécurisés pour éviter toute fuite de données.

En structurant son approche autour d'un cadre de gouvernance rigoureux, DÉKUPLE s'assure que ses activités restent résilientes face aux cybermenaces et aux disruptions technologiques, garantissant ainsi la continuité et la pérennité de ses opérations.

3.7. Risque d'incapacité à attirer ou retenir les talents

Description

Dans un environnement hautement concurrentiel, le Groupe doit faire face à des défis croissants pour attirer et fidéliser les talents nécessaires à son développement. L'évolution des attentes des nouvelles générations, la transformation du marché du travail et la raréfaction de certaines compétences clés exposent le Groupe à un risque de pénurie de talents, pouvant impacter sa performance, sa capacité d'innovation et sa croissance.

Les difficultés liées au recrutement et à la rétention des collaborateurs pourraient entraîner des tensions opérationnelles, une augmentation des coûts liés à la formation ou au remplacement des employés, ainsi qu'une perte de compétitivité face aux acteurs du marché les plus attractifs.

Gestion et mesures mises en place

Pour répondre à ces enjeux, le Groupe déploie une politique active en matière de gestion des talents et de marque employeur, articulée autour des axes suivants :

- Développement de l'attractivité employeur : renforcement de la visibilité du Groupe auprès des talents via des partenariats académiques, des actions de communication ciblées et une proposition de valeur employeur différenciante.
- Culture d'entreprise et engagement : mise en place d'un environnement de travail stimulant, favorisant l'engagement et l'épanouissement des collaborateurs, avec des dispositifs de reconnaissance et de développement personnel.
- Formation et évolution des compétences : déploiement de programmes de formation et d'accompagnement pour garantir l'adéquation des compétences aux évolutions du marché et aux besoins du Groupe.
- Diversité et inclusion : promotion d'une culture d'entreprise fondée sur l'équité et la responsabilisation, avec pour objectif de bâtir des équipes représentatives de la diversité sociale et professionnelle.

En mettant en place ces actions, le Groupe vise à renforcer son attractivité et à fidéliser les talents essentiels à sa performance et à son développement durable.

Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

3.8. Risques RSE

Description

Le Groupe inscrit la responsabilité et la durabilité de ses activités au cœur de sa stratégie et de ses décisions. Face à l'évolution des réglementations et aux attentes croissantes des parties prenantes, il veille à minimiser les impacts de ses activités tout en renforçant son engagement en matière de développement durable.

Les enjeux RSE couvrent à la fois les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux des activités du Groupe. Sur le plan environnemental, bien que son exposition aux risques liés au changement climatique soit limitée en raison de la nature de ses services intellectuels et de son implantation géographique, le Groupe reste attentif à la réduction de son empreinte carbone, à l'optimisation de sa consommation énergétique et à la gestion des déchets et polluants.

Par ailleurs, les réglementations relatives aux enjeux RSE se renforcent, imposant aux entreprises des obligations accrues en matière de transparence et de performance environnementale et sociale. Une non-conformité ou une non-atteinte des objectifs RSE pourrait affecter la réputation du Groupe et sa crédibilité auprès des investisseurs, clients et collaborateurs. En outre, l'évolution rapide des normes pourrait représenter un défi d'adaptation et engendrer des coûts supplémentaires.

Gestion et mesures mises en place

Le Groupe structure sa démarche RSE autour d'une gouvernance solide et de certifications reconnues. Depuis 2010, ses activités de fidélisation sont certifiées ISO 14001, avec un audit annuel réalisé par Bureau Veritas Certification. En 2022, le Groupe a réalisé son premier bilan carbone sur l'ensemble de ses activités (année de référence 2021), intégrant les émissions du « scope 3 », afin de mieux orienter ses actions de réduction de l'empreinte carbone. Des plans de sobriété énergétique sont mis en place et mesurés régulièrement pour répondre aux enjeux climatiques et à l'augmentation des coûts de l'énergie.

Sur le volet social et sociétal, la gouvernance RSE du Groupe repose sur plusieurs instances dédiées. Le Conseil d'Administration intègre un Comité RSE, garant de l'alignement des engagements du Groupe avec ses objectifs stratégiques. Un Comité RSE opérationnel réunit la direction générale, la direction financière, la DSI, les ressources humaines et les principaux responsables RSE afin de piloter la mise en œuvre des actions concrètes. Fin 2022, un Comité RSE spécifique à l'UES Dékuple (six sociétés du périmètre du Groupe) a été créé pour renforcer l'intégration des initiatives au sein des différentes entités.

Enfin, le Groupe et ses filiales s'assurent que les moyens nécessaires sont déployés pour répondre aux nouvelles obligations réglementaires et obtenir des certifications et labels attestant de leur engagement en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

3.9. Risques Santé & Sécurité

Description

Le Groupe reconnaît l'importance de garantir la sécurité et la santé de ses collaborateurs dans un environnement de travail en constante évolution. L'incapacité à répondre aux attentes en matière de conditions de travail, de bien-être et de flexibilité pourrait nuire à l'engagement des salariés, affecter la productivité et altérer la réputation du Groupe.

Avec l'essor du travail hybride et les nouvelles exigences des collaborateurs en matière d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, le Groupe doit adapter ses pratiques pour maintenir un cadre de travail épanouissant, tout en préservant la cohésion des équipes et la qualité du dialogue social.

Gestion et mesures mises en place

Le Groupe déploie une politique active de prévention et d'amélioration des conditions de travail, articulée autour de plusieurs axes stratégiques :

- Épanouissement des collaborateurs : Le bien-être des équipes est considéré comme un levier essentiel de performance. Pour favoriser un climat de confiance et d'échange, le Groupe mise sur une communication interne soutenue (newsletters hebdomadaires, webinaires, vidéos, workshops).
- Pratique d'activités physiques et sportives : Le Groupe encourage ses salariés à participer à des événements sportifs
- Développement du télétravail : Mis en place en réponse à la crise sanitaire, le télétravail est aujourd'hui adopté par 99 % des collaborateurs. Le Groupe propose un modèle flexible avec deux jours de télétravail par semaine sur certains sites, et jusqu'à un modèle 100 % à distance pour d'autres activités.
- Renforcement de la qualité de vie au travail (QVT) : Depuis 2020, plusieurs filiales du Groupe utilisent un baromètre social externe et anonyme, permettant de mesurer l'engagement des collaborateurs et d'identifier des axes d'amélioration.

En intégrant ces initiatives, le Groupe réaffirme son engagement en faveur du bien-être et de la santé de ses collaborateurs, contribuant ainsi à une meilleure attractivité et à une performance durable.

Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

3.10. Risque de dépendance aux fournisseurs et sous-traitants

Description

Le Groupe s'appuie sur un écosystème de fournisseurs et de prestataires pour la réalisation de projets clés, notamment dans les domaines de l'impression, du numérique et des objets promotionnels. Cette dépendance expose le Groupe à des risques opérationnels et financiers en cas de défaillance, de non-conformité ou de manquements de la part de ces tiers, pouvant affecter la continuité et la qualité des projets.

Au-delà des enjeux de performance, la gestion des fournisseurs implique également des risques sociaux, environnementaux et de conformité tout au long de la chaîne de valeur.

Ces enjeux ont un impact potentiel sur les parties prenantes (travailleurs de la chaîne de valeur, consommateurs, communautés locales) ainsi que sur la performance financière du Groupe (risques juridiques, réputationnels et opérationnels).

Gestion et mesures mises en place

Pour limiter ces risques, le Groupe a mis en place une approche structurée de gestion des fournisseurs et sous-traitants :

- Évaluation des fournisseurs : intégration de critères RSE dans la sélection et le suivi des partenaires, en lien avec les standards internationaux en matière de droits humains et d'environnement.
- Engagements contractuels : renforcement des clauses contractuelles relatives au respect des droits humains, à la protection de l'environnement et à la conformité réglementaire.
- Dialogue avec les parties prenantes : implication des directions des achats, des experts en RSE et des fournisseurs pour évaluer les pratiques et favoriser l'amélioration continue.

Le Groupe veille à renforcer la traçabilité et la responsabilité de ses achats, avec une attention particulière portée aux travailleurs de la chaîne de valeur. Ces actions permettent de sécuriser les approvisionnements tout en garantissant une démarche responsable et durable dans la gestion des fournisseurs et sous-traitants.

Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

4. Risques juridiques et financiers

4.1. Risques de manquement aux réglementations

Description

Le Groupe évolue dans un environnement juridique et réglementaire complexe, marqué par des évolutions fréquentes des lois et normes européennes. Une non-conformité aux réglementations en vigueur pourrait entraîner des sanctions financières ou pénales, affecter certaines de ses activités, voire remettre en cause la légalité de certains modèles d'affaires en raison de nouvelles restrictions législatives. Par ailleurs, une telle situation pourrait nuire à la réputation du Groupe et impacter ses relations avec ses partenaires et clients.

Les principaux risques juridiques concernent notamment la pratique de la vente à distance, en particulier l'organisation de loteries promotionnelles encadrant la commercialisation d'abonnements à durée déterminée. De plus, l'activité de courtage en assurances est soumise à une réglementation stricte et évolutive, impliquant une surveillance constante des évolutions en droit des assurances, droit des sociétés, normes comptables et fiscales.

Gestion et mesures mises en place

Afin de limiter ces risques, le Groupe s'appuie sur un cadre de conformité rigoureux. Membre de la FEVAD, il applique la charte déontologique de la fédération et veille à la conformité de toutes ses communications via un dispositif de contrôle renforcé. Chaque message diffusé fait l'objet d'une validation systématique par le service juridique interne, des conseillers juridiques extérieurs et, le cas échéant, par les services juridiques des partenaires concernés. Les loteries promotionnelles respectent scrupuleusement les réglementations spécifiques de chaque pays, avec un suivi attentif assuré par les experts juridiques du Groupe.

La direction juridique joue un rôle clé dans la prévention des risques de non-conformité, garantissant l'application des dispositions légales et réglementaires propres à chaque activité du Groupe. L'activité de courtage en assurances est notamment couverte par un contrat de responsabilité civile du courtier, conformément aux exigences réglementaires.

À ce jour, aucune procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage susceptible d'avoir un impact significatif sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe n'est en cours.

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 2024 de l'ordre de 57,8 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	18 545	28 492	7 963
Actifs financiers	57 995		
Position nette avant gestion	57 995		
Hors bilan	0		
Position nette après gestion	Capital garanti	N/A	N/A

5. Assurances et couverture des risques

5.1. Politique d'assurance du Groupe

Le Groupe mène une politique d'assurance globale visant à protéger ses actifs, ses collaborateurs et l'ensemble des responsabilités pouvant découler de l'exercice de ses activités, qu'il s'agisse d'abonnement presse, de courtage en assurance ou encore de data marketing. Cette politique repose sur une identification des risques assurables, réalisée en collaboration avec les différentes directions du Groupe, afin de garantir une couverture adaptée et optimale.

Le programme d'assurance du Groupe est structuré autour de plusieurs polices souscrites par le Groupe ou directement par les entités couvrant les risques majeurs identifiés. Ces polices sont souscrites auprès d'assureurs de premier plan afin d'assurer un niveau de protection cohérent avec les enjeux du Groupe et les standards du marché de l'assurance.

5.2. Programmes d'assurance du Groupe

Les principales assurances souscrites au sein du Groupe sont :

- **Responsabilité Civile Professionnelle et Exploitation** : Cette police couvre les conséquences financières des dommages matériels, immatériels ou même corporels causés aux tiers du fait des activités du Groupe. Elle garantit ainsi la sécurité juridique et financière des différentes entités assurées dans l'exercice de leurs missions.
- **Cyber-assurance** : Face à la montée des risques numériques, le Groupe a mis en place une police d'assurance dédiée à la couverture des cyberattaques et incidents informatiques. Cette couverture inclut les coûts liés à la gestion des incidents, la restauration des données, ainsi que les pertes financières pouvant résulter d'une interruption des activités.
- **Responsabilité Civile des Mandataires Sociaux (RCMS)** : Cette assurance protège les dirigeants du Groupe contre les conséquences financières d'engagements de leur responsabilité dans le cadre de leurs fonctions. Elle couvre notamment les frais de défense et les indemnités en cas de mise en cause par des tiers.
- **Responsabilité Civile Professionnelle et Garantie Financière** : Spécifiquement dédiée aux activités assurances du Groupe, cette police garantit la responsabilité du Groupe vis-à-vis de ses clients et partenaires, ainsi que la conformité aux exigences réglementaires en matière de garantie financière.
- **Multirisque Dommages aux biens** : Cette assurance protège les actifs du Groupe, notamment ses biens immobiliers et équipements, y compris informatiques, contre les risques de dommages aux biens. La couverture inclut les sinistres liés aux incendies, dégâts des eaux, vols, catastrophes naturelles et autres événements susceptibles d'affecter les opérations.
- **Flotte automobile** : Le Groupe dispose d'une assurance nécessaire permettant de couvrir l'ensemble de ses véhicules professionnels, incluant les garanties contre les dommages matériels, la responsabilité civile, ainsi que les accidents pouvant survenir dans le cadre de l'usage des véhicules par les collaborateurs disposant d'un véhicule de fonction.
- **Individuelle Accidents** : Cette couverture offre une protection financière aux collaborateurs désignés, en cas d'accident entraînant une incapacité ou un décès, qu'il survienne dans le cadre professionnel ou extra-professionnel.
- **Déplacements professionnels** : Le Groupe a souscrit une assurance spécifique couvrant ses collaborateurs en déplacement en France comme à l'étranger, incluant notamment la prise en charge des frais médicaux à l'étranger, l'assistance en cas de sinistre, ainsi que la couverture des incidents pouvant affecter la continuité des missions (annulation de vol, perte de bagages, etc.).

5.3. Intégration des assurances lors des acquisitions

Dans le cadre de sa stratégie de développement et afin d'assurer une continuité optimale de la gestion des risques, chaque opération de croissance externe est accompagnée d'un audit des polices d'assurance existantes. Cet audit permet de vérifier l'adéquation des couvertures aux risques spécifiques de la société acquise et de décider, le cas échéant, du maintien ou de l'intégration des garanties au sein des programmes d'assurance du Groupe.

5.4. Politique de prévention et maîtrise des coûts

Au-delà du transfert des risques assurables vers le marché de l'assurance, le Groupe met en œuvre une politique proactive de prévention des risques. Cette approche repose sur une étroite collaboration entre la Direction Juridique, la Direction des Risques et les équipes opérationnelles afin d'anticiper et de limiter l'impact des sinistres potentiels.

Grâce à cette stratégie d'assurance et de prévention, le Groupe assure une protection adaptée à ses activités tout en optimisant sa gestion des risques dans un environnement en constante évolution.

3.6. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

3.6.1. 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 sa réunion du 13 décembre 2024, conformément aux décisions préalables du conseil d'administration et 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%.

3.6.2. Conventions conclues entre un dirigeant ou un actionnaire significatif et une filiale de la société

Aucune à la connaissance de la société.

3.6.3. 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-propiétaire, sauf pour les décisions d'affectation des résultats où il est réservé à l'usufruitier.

3.6.4. 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 31/12/2024			Situation au 31/12/2023		
	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote
Groupe familial Vigneron	3 152 448	75,70%	87,19%	3 147 273	75,57%	87,42%
Titres auto-détenus	192 458	4,62%	0,00%	197 240	4,74%	0,00%
Public	819 684	19,68%	12,81%	820 077	19,69%	12,58%
Total	4 164 590	100,00%	100,00%	4 164 590	100,00%	100,00%

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

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 2^{ème} 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 2024 :

Actionnariat ADLPartner au sein du groupe familial Vigneron	Actions			% capital	Droits de vote	% des droits de vote en AG
	Pleine propriété	Usufruit	Nue-propiété			
BRUNEL Claire	235		66 666	0,01%	133 802	1,86%
LAURIOZ Bertrand	25 060			0,60%	28 145	0,39%
LAURIOZ Isabelle	236		66 666	0,01%	133 804	1,86%
SOGESPA	2 901 450			69,67%	5 801 700	80,53%
VIGNERON Enfants JMV	4 137		87 997	0,10%	184 268	2,56%
VIGNERON Philippe	1	221 329		5,31%	2	0,00%
Total Groupe familial Vigneron	2 931 119	221 329	221 329	75,70%	6 281 721	87,19%

Le tableau ci-dessus affecte les droits de vote des actions démembrées au nu-propiétaire, étant précisé, comme indiqué ci-dessous, 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, directement ou indirectement (notamment par l'intermédiaire de deux sociétés holdings regroupant d'une part Madame Claire Brunel et ses enfants et d'autre part Madame Isabelle Laurioz et ses enfants) 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-propiétaire, 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 de vote théorique (au 31 décembre 2018).

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

⁽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).

Certains membres de la famille Vigneron ont également conclu en date du 22 mai 2024 trois nouveaux engagements collectifs de conservation d'actions de la société souscrits pour l'application de l'article 787 B du Code général des impôts, dont les principales sont les suivantes :

Régime	Article 787 B du Code général des impôts		
Date de signature	22 mai 2024		
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%	71,27%	71,27%
% de droits de vote visés par le pacte à la date de signature ⁽¹⁾	80,49%	82,35%	82,35%
Noms des signataires ayant la qualité de dirigeants mandataires et/ou membres du conseil	Claire Vigneron-Brunel Isabelle Vigneron-Laurioz Bertrand Laurioz	Claire Vigneron-Brunel Isabelle Vigneron-Laurioz Bertrand Laurioz	Claire Vigneron-Brunel Isabelle Vigneron-Laurioz Bertrand Laurioz
Noms des signataires (autres que les dirigeants mandataires et/ou membres du conseil) détenant au moins 5% du capital et/ou des droits de vote	Société Sogespa Philippe Vigneron	Société Sogespa Philippe Vigneron	Société Sogespa Philippe Vigneron

⁽¹⁾ Sur la base d'un capital social composé de 4.164.590 actions représentant 7.176.331 droits vote théorique (au 31 décembre 2023)

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) ;

RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

- 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 disqualifiant⁴ 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 14 juin 2024 a autorisé le conseil d'administration de procéder à des rachats d'actions de la société et à annuler les actions acquises dans le cadre d'un programme de rachat. Cette assemblée générale a également autorisé le conseil d'administration à attribuer gratuitement des actions existantes de la société.

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

⁴ 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

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.

3.6.5. Tableau des délégations en matière d'augmentation de capital

Articles L 225-129-1, L225-129-2, L225-100 du Code de commerce

Date de l'autorisation	Nature de la délégation	Durée de la délégation	Utilisation au cours de l'exercice 2021
	Néant		

3.6.6. Procédure d'évaluation des conventions courantes

Lors de sa réunion du 28 mars 2025, 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. À 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 13 juin 2025.

Objectifs du programme de rachat

L'autorisation demandée à l'assemblée générale mixte des actionnaires du 13 juin 2025 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 pratique de marché admise instaurée 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 2025, 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 sera 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 mixte du 13 juin 2025, soit au plus tard le 13 décembre 2026.



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 2024 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 13 décembre 2024 par le conseil d'administration de la Société, suite à l'autorisation donnée par l'assemblée générale des actionnaires du 14 juin 2024.

1 Programmes accordés en 2024

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 7 salariés non-mandataires sociaux indiqués se sont vu attribuer gratuitement des actions de la Société en 2024
- 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 2024	4 984	10	179 424 €
Mandataire Social	Plan B 2024	9 871	1	355 356 €
Salariés ADLPartner	Plan A 2024	8 275	7	297 900 €
Total général		23 130	18	832 680 €

2. Actions définitivement acquises en 2024

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	5 175	1
Autres Entités	4 473	6
Salariés ADLPartner	9 777	8
Total général	19 425	15



6. ETATS FINANCIERS

6.1. COMPTES CONSOLIDÉS	177
6.2. COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA.....	218

6.1. COMPTES CONSOLIDÉS

6.1.1. Bilan consolidé

1. ACTIF

(en k€)	Notes	31/12/2024	31/12/2023
Actifs non-courants			
Ecart d'acquisition	3.1.	57 179	39 267
Droits d'utilisation contrats de location		24 296	16 739
Immobilisations incorporelles	3.2.	5 759	4 886
Immobilisations corporelles	3.3	5 516	4 297
Participations dans les entreprises associées	5.2.	0	0
Titres non consolidés		0	0
Autres actifs financiers	3.4.	2 068	1 874
Actifs d'impôts différés	3.5.	4 131	4 673
Sous-Total Actifs non-courants		98 950	71 737
Actifs courants			
Stocks	3.6.	1 584	1 367
Clients et autres débiteurs	3.7.	71 955	58 139
Autres actifs	3.8.	3 881	2 746
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3.9.	57 995	63 570
Sous-Total Actifs courants		135 414	125 822
Actifs destinés à être cédés		0	0
TOTAL ACTIFS		234 364	197 559

2. PASSIF

(en k€)	Notes	31/12/2024	31/12/2023
Capital		6 479	6 479
Réserves consolidées		37 952	31 746
Résultat consolidé		10 336	12 880
Capitaux Propres	3.10.	54 766	51 105
Dont			
Part du groupe		29 077	33 960
Intérêts minoritaires		25 690	17 145
Passifs non-courants			
Provisions à long terme	3.12.	3 516	3 091
Passifs financiers	3.13.	36 455	38 827
Dette de loyers		20 977	13 360
Passifs d'impôts différés	3.14.	241	254
Sous-Total Passifs non-courants		61 188	55 532
Passifs courants			
Provisions à court terme	3.15.	309	677
Dettes fiscales et sociales		26 050	23 726
Fournisseurs et autres créditeurs	3.16.	56 364	47 631
Passifs financiers	3.13.	18 545	5 548
Dette de loyers		3 772	3 832
Autres passifs	3.17.	13 370	9 508
Sous-Total Passifs courants		118 409	90 922
Passifs destinés à être cédés			0
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS		234 364	197 559

6.1.2. Compte de résultat consolidé

(En k€)	Notes	2024	2023
Chiffre d'Affaires Net HT	4.1.	217 765	199 662
Achats consommés		(27 106)	(23 711)
Charges de personnel	4.2.	(86 387)	(80 604)
Charges externes		(78 823)	(68 894)
Impôts et taxes		(2 706)	(2 873)
Dotations aux amortissements des immobilisations		(7 530)	(7 103)
Autres produits et charges d'exploitation	4.3.	1 179	1 009
Résultat opérationnel courant		16 392	17 485
Autres produits et charges	5.2.	(2 306)	0
Résultat opérationnel		14 086	17 485
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie		1 319	1 005
Coût de l'endettement financier brut		(505)	(550)
Charges financières / Produits financiers nets	4.4.	814	454
Autres produits et charges financiers	4.4.	5	(6)
Charge d'impôt	4.5.	(4 569)	(4 495)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	5.2.	0	(558)
Résultat des activités poursuivies		10 336	12 880
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	4.6.	0	0
Résultat net		10 336	12 880
. Part du groupe		10 061	12 442
. Intérêts minoritaires		274	438
Résultat net part du groupe de base par action en €	3.11.	2,53	3,12
Résultat net part du groupe dilué par action en €		2,47	3,06

ETAT DE RESULTAT GLOBAL	Notes	2024	2023
Résultat net		10 336	12 880
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :			
Ecarts de change liés à la conversion des activités à l'étranger		(3)	9
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels brut		74	(543)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Impôts sur écarts actuariels		(19)	136
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels net		55	(407)
Résultat net global		10 387	12 482
. Part du groupe		10 106	12 136
. Intérêts minoritaires		281	346

6.1.3. EBITDA retraité

(En k€)	2024	2023
Résultat opérationnel courant	16 392	17 485
+ Dotations aux amortissements des immobilisations	7 530	7 103
+ Impôts et taxes	2 706	2 873
- Retraitement de l'impact IFRS16 des charges de loyers	(4 288)	(3 998)
+ Retraitement de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites	1 213	1 485
EBITDA Retraité	23 554	24 948

6.1.4. Tableau des flux de trésorerie nette consolidés

En k€	2024	2023
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	10 336	12 880
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	9 714	7 817
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	1 066	1 291
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(246)	(142)
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence		558
- Dividendes (titres non consolidés)		
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	20 870	22 405
+ / - Charges et produits financiers nets	(814)	(454)
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	4 569	4 495
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	24 625	26 445
- Impôt société versé (B)	(4 183)	(2 954)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel)	(40)	680
(C)		
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	20 402	24 171
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(4 878)	(3 001)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	167
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres non consolidés)	4	0
+ / - Incidence des variations de périmètre	(7 823)	(3 508)
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis	(21)	(35)
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	(148)	(330)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(12 864)	(6 707)
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
. Versées par les actionnaires de la société mère		
. Versées par les minoritaires des sociétés intégrées		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(523)	(2 211)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		
. Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(4 117)	(3 499)
. Dividendes versés aux minoritaires de sociétés intégrées		
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	344	47
- Remboursements d'emprunts	(9 730)	(7 445)
- / + Charges et produits financiers nets versés ou reçus	953	570
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement	(34)	(2)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	(13 109)	(12 539)
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)	(13)	9
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	(5 584)	4 935
Trésorerie d'ouverture	63 392	58 457
Trésorerie de clôture	57 807	63 392
Trésorerie active	57 995	63 570
Trésorerie passive	(187)	(178)
Trésorerie nette	57 807	63 392

6.1.5. 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		
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2022	6 479	65 882	-59 337	10 891	23 916	13 421	37 337
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
Résultat global de l'exercice	0	0	-306	12 442	12 136	346	12 482
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 de consolidation	0	0	-181	0	-181	755	574
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2023	6 479	70 969	-55 929	12 442	33 960	17 145	51 105
Résultat net de l'exercice				10 061	10 061	274	10 336
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-2		-2	-2	-3
Engagements de retraite : Ecarts actuariels non recyclables en résultat			47		47	8	55
Résultat global de l'exercice	0	0	45	10 061	10 106	281	10 387
Affectation du résultat	0	8 546	3 896	-12 442	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-4 117	0	0	-4 117	0	-4 117
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	505	0	505	97	602
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	-10 774	0	-10 774	0	-10 774
Impacts goodwill	0	0	-340	0	-340	8 084	7 744
Impacts variations de périmètre et changements de méthode	0	0	-264	0	-264	84	-180
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2024	6 479	75 398	-62 861	10 061	29 077	25 690	54 766

(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

6.1.6. Annexe aux comptes consolidés

Table des matières de l'annexe aux comptes consolidés

1. Informations Générales.....	184		
1.1. Faits significatifs 2024.....	184	3.12. Provisions à long terme.....	203
2. Règles et méthodes comptables.....	184	3.13. Passifs financiers	206
2.1. Base de préparation des états financiers	184	3.14. Impôts différés passifs.....	206
2.2. Présentation des états financiers consolidés	186	3.15. Provisions à court terme.....	206
2.3. Méthodes de consolidation	186	3.16. Fournisseurs et autres créditeurs	207
2.4. Regroupements d'entreprises	187	3.17. Autres passifs.....	207
2.5. Transactions en devises étrangères	188	4. Notes relatives au compte de résultat ..	208
2.6. Actifs non courants destinés à être cédés et abandon d'activité	188	4.1. Produits – Information Sectorielle.....	208
2.7. Actifs incorporels.....	189	4.2. Données sociales	209
2.8. Immobilisations corporelles.....	189	4.3. Autres produits et charges d'exploitation	209
2.9. Contrats de location	190	4.4. Autres produits et charges	209
2.10. Dépréciation d'actifs.....	190	4.5. Résultat financier net.....	209
2.11. Stocks	190	4.6. Impôts sur le résultat	210
2.12. Clients et autres débiteurs	190	5. Informations complémentaires.....	211
2.13. Trésorerie et équivalents de trésorerie ...	191	5.1. Tableau de flux de trésorerie.....	211
2.14. Actifs financiers.....	191	5.2. Acquisition de participations.....	211
2.15. Actions auto-détenues	191	5.3. Transactions avec les parties liées.....	212
2.16. Avantages accordés au personnel.....	191	5.4. Avantages aux dirigeants	212
2.17. Paiements en actions ou assimilés	192	5.5. Honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe	213
2.18. Provisions	192	5.6. Transactions non réalisées en trésorerie	213
2.19. Passifs Financiers.....	192	5.7. Engagements donnés et reçus.....	213
2.20. Fournisseurs et autres créditeurs.....	192	5.8. Événements postérieurs à la clôture	215
2.21. Impôt différé	192	5.9. Dettes potentielles.....	215
2.22. Chiffre d'affaires	193	6. Liste des sociétés consolidées	215
2.23. Coûts d'emprunts	194		
2.24. Impôt sur les sociétés	194		
2.25. Secteurs opérationnels et géographiques	194		
3. Notes relatives au bilan.....	195		
3.1. Goodwill	195		
3.2. Immobilisations incorporelles	196		
3.3. Immobilisations corporelles.....	197		
3.4. Autres actifs financiers non courants	198		
3.5. Impôts différés actifs	198		
3.6. Stocks	198		
3.7. Clients et autres débiteurs	199		
3.8. Autres actifs	199		
3.9. Trésorerie et équivalents de trésorerie ...	199		
3.10. Capitaux propres.....	200		
3.11. Résultat par action	201		

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 quatre activités principales : conseil, agences et solutions, magazines et 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 2024, le 28 mars 2025. Ces comptes ne seront définitifs qu'après leur approbation par l'assemblée générale des actionnaires le 13 juin 2025.

1.1. Faits significatifs 2024

En juin 2024, ADLPartner a cédé sa filiale ADLP Télésurveillance.

En juin 2024, Rocket Marketing a pris le contrôle de la société Ereferer.

En septembre 2024, Dékuple Ingénierie Marketing a pris le contrôle de la société GUD.Berlin.

En octobre 2024, Dékuple Ingénierie Marketing a pris le contrôle du groupe Coup de Poing auquel a été apporté la société LEOO.

En décembre 2024, Dékuple Ingénierie Marketing a pris le contrôle du sous-groupe Dékuple Netherlands incluant Selmore et Dot Control.

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 2024.

Les états financiers sont établis au 31 décembre 2024 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,
- évaluation 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 2024 :

Nouvelles normes, amendements ou interprétations entrées en vigueur au 1^{er} janvier 2024

Les normes et nouveaux amendements d'application obligatoires au 1er janvier 2024 n'ont pas eu, selon le Groupe, d'impact sur les comptes du Groupe à fin décembre 2024.

Norme	Thème	Date d'entrée en vigueur
Amendements à IAS 1	Classification courant/non courant d'un passif	01/01/2024
Amendements à IFRS 16	Clarification concernant la comptabilisation ultérieure d'un loyer variable sur les accords de cession-bail.	01/01/2024
Amendements à IAS 7 et IFRS 7	Information concernant les accords de financement des fournisseurs y compris <i>reverse factoring</i>	01/01/2024
Amendements à IAS 12	Réforme fiscale internationale Pilier II - Taux d'imposition local minimum de 15% pour les grande entreprises	01/01/2023

Nouvelles normes, amendements ou interprétations publiées et non encore applicables

Les nouvelles normes, ou amendements suivants publiés par l'IASB seront d'application obligatoire sur les exercices ouverts postérieurement au 31 décembre 2024.

Norme	Thème	Date d'entrée en vigueur	Adoption en Europe
Amendements à IAS 21	Evaluation de la convertibilité d'une devise	01/01/2025	Date non fixée
IFRS 18	Présentation des états financiers	01/01/2027	Date non fixée
Amendements à IFRS 9 et IFRS 7	Classification et estimation des instruments financiers / Prise en compte des effets financiers des contrats d'électricité	01/01/2026	Date non fixée

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Le Groupe DÉKUPLE publie son état en matière de durabilité conformément à la directive (UE) 2022/2464 relative à la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises « Corporate Sustainability Reporting Directive » transposée en droit français à l'article L. 232-6-3 du Code de commerce. Ce document remplace la Déclaration de performance extra-financière (DPEF).

Projet FICE : projet de classement des instruments financiers émis dans le champ d'IAS 32

Dans le cadre du projet FICE (Financial Instruments with Characteristics of Equity), il est prévu que le principe de revalorisation des dettes de put ne changerait pas à savoir une actualisation à chaque arrêté mais il conviendra obligatoirement de faire passer toute la variation ultérieure par le P&L.

L'un des objectifs de ce projet est de clarifier les exigences et les principes en matière de classification des instruments financiers dont les put sur intérêts minoritaires.

2.1.1.2 Nouvelles normes, interprétations ou amendements applicables par anticipation dès l'exercice 2024

Les normes comptables internationales sont publiées par l'IASB (*International Accounting Standards Board*) et adoptées par l'Union européenne. Elles comprennent les IFRS (*International Financial Reporting Standards*), les IAS (*International Accounting Standards*) ainsi que leurs interprétations d'application obligatoire à la date d'arrêté.

Les nouvelles normes, amendements de normes existantes et interprétations entrés en vigueur au 1^{er} janvier 2024 et mentionnées ci-après n'ont pas d'incidence significative sur les comptes consolidés :

- Amendements à IAS 1 « classement d'un passif en courant ou en non courant » ;
- Amendements à IAS 1 « classement d'un passif non courant avec covenants » ;
- Amendement à IFRS 16 « évaluation d'un passif d'un bien ayant fait l'objet d'une cession-bail » ;
- IAS 7 et IFRS 7 « information concernant les accords de financement des fournisseurs y compris *reverse factoring* ».

Les nouvelles normes, amendements ou interprétations d'application anticipée possible dès le 1^{er} janvier 2025 non adoptés par anticipation par le Groupe :

- Amendements à IAS 21 « absence de convertibilité » ;

L'impact de ces normes est en cours d'analyse par le Groupe. Aucun impact financier n'est attendu.

2.1.2. Périmètre de consolidation

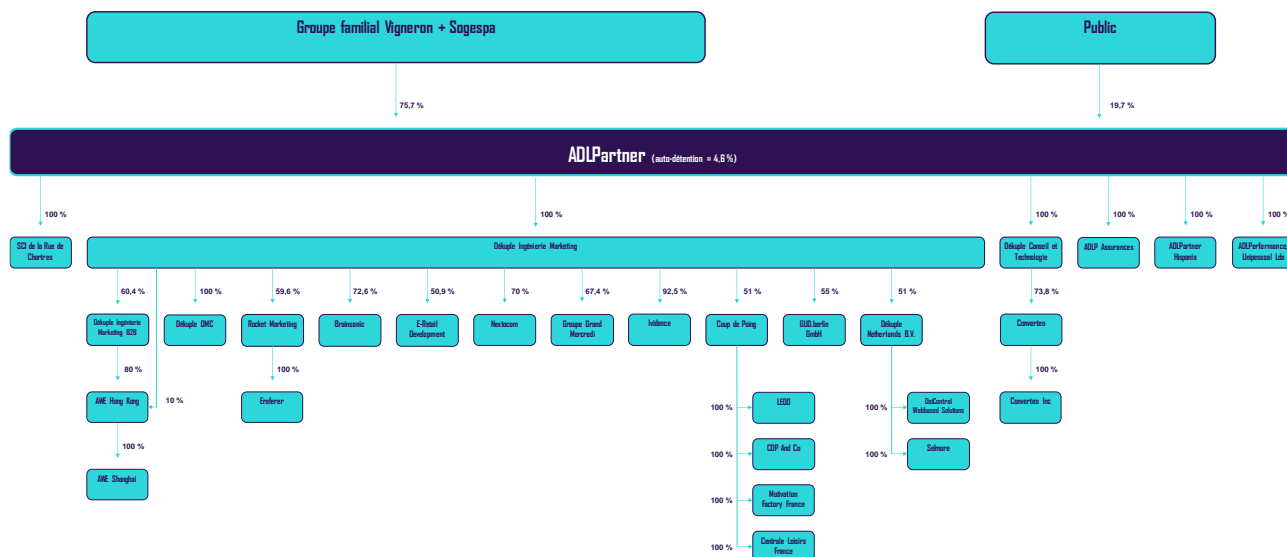
Par rapport au 31 décembre 2023, le périmètre de consolidation a évolué de la façon suivante :

- Livraison d'actions gratuites le 2 avril 2024 de la filiale Convertéo désormais détenue à 73,8 % par le Groupe.
- Cession des titres ADLP Télésurveillance par ADLPartner le 28 juin 2024.
- Acquisition le 13 juin 2024 par Rocket Marketing de la filiale Ereferer détenue à 59,6 % par le Groupe.
- En juin 2024, création par Convertéo de la filiale américaine Convertéo INC détenue à 73,8 % par le Groupe.

COMPTES CONSOLIDÉS
annexe aux comptes consolidés

- Acquisition le 30 septembre 2024 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale allemande GUD.berlin GmbH détenue à 55 % par le Groupe.
- En octobre 2024, acquisition de titres AWE Hong Kong par Dékuple Ingénierie Marketing et augmentation du capital AWE Hong Kong réservée à Dékuple Ingénierie Marketing B2B ce qui permet au Groupe de détenir dorénavant 90 % de la filiale chinoise.
- Acquisition en cash et par échange de titres LEOO le 18 octobre 2024 du sous-groupe Coup de Poing détenue à 51 % par le Groupe.
- Acquisition le 19 décembre 2024 par Dékuple Ingénierie Marketing des filiales néerlandaises DotControl Webbased Solutions B.V. et Selmore B.V. via la holding Dékuple Netherlands B.V. détenues à 51 % par le Groupe.

L'organigramme, au 31 décembre 2024, se présente comme suit :



Les titres auto-détenus représentent 4,6 % 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 actuinaire 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 57 179 k€ au 31/12/2024 se décomposent comme suit :

En k€	Valeur brute au 31/12/2023	Augmentation	Diminution	Valeur brute au 31/12/2024
ADLPartner	170	0	0	170
ADLP Assurances	190	0	0	190
Dékuple Ingénierie Marketing	33 266	20 218	-465	53 019
Dékuple Conseil et Technologie	7 345	0	0	7 345
TOTAL	40 971	20 218	-465	60 724

En k€	Dépréciation au 31/12/2023	Augmentation	Diminution	Dépréciation au 31/12/2024
ADLPartner	170	0	0	170
ADLP Assurances	0	0	0	0
Dékuple Ingénierie Marketing	1 534	2 181	-465	3 250
Dékuple Conseil et Technologie	0	125	0	125
TOTAL	1 704	2 306	-465	3 545

En k€	Valeur nette au 31/12/2023	Augmentation	Diminution	Valeur nette au 31/12/2024
ADLPartner	0	0	0	0
ADLP Assurances	190	0	0	190
Dékuple Ingénierie Marketing	31 732	18 037	0	49 769
Dékuple Conseil et Technologie	7 345	0	-125	7 220
TOTAL	31 031	8 702	-466	39 267

L'évolution sur Dékuple Ingénierie Marketing est essentiellement liée à la prise de contrôle par Rocket Marketing de la société Ereferer au 30/06/2024, à la prise de contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing du sous-groupe Coup de Poing et de la société GUD au 30/09/2024 et à la prise de contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing du sous-groupe Dékuple Netherlands au 31/12/2024.

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 2024 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 10,02% (10,73% 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 :

- Prime de taille : +/- 1%
- Taux de croissance à long terme : +/- 0,5%

3.2. Immobilisations incorporelles

Valeurs brutes (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
Au 1er janvier 2023	18 953	4 837	23 790
Acquisitions	2 161	0	2 161
Variation de périmètre	152	42	194
Cessions	-2	0	-2
Mises au rebut	-398	0	-398
Au 1er janvier 2024	20 866	4 879	25 745
Acquisitions	2 878	0	2 878
Variation de périmètre	456	211	667
Cessions	0	0	0
Mises au rebut	-5 372	-1 522	-6 894
Au 31 décembre 2024	18 828	3 568	22 396
Amortissements cumulés et dépréciations (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
Au 1er janvier 2023	14 202	4 814	19 016
Variation de périmètre	92	42	134
Amortissements et provisions de l'exercice	2 107	0	2 107
Mises au rebut	-398	0	-398
Au 1er janvier 2024	16 003	4 856	20 859
Variation de périmètre	1 404	28	1 432
Amortissements et provisions de l'exercice	1 240	0	1 240
Mises au rebut	-5 372	-1 522	-6 894
Au 31 décembre 2024	13 275	3 362	16 637
Valeurs nettes :			
Au 31 décembre 2024	5 553	206	5 759
Au 31 décembre 2023	4 863	23	4 886

La marque OFUP, acquise de son ancienne filiale OFUP, est complètement dépréciée au 31/12/2024. 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
Valeurs brutes :				
Au 1er janvier 2023	3 461	2 631	6 788	12 880
Acquisitions	0	136	505	641
Variation de périmètre	0	80	216	296
Cessions	0	-23	-50	-73
Mises au rebut	0	-80	-73	-153
Au 1er janvier 2024	3 461	2 744	7 386	13 591
Acquisitions	0	1 267	782	2 049
Variation de périmètre	315	272	1 330	1 917
Cessions	0	-28	0	-28
Mises au rebut	0	-720	-1 720	-2 440
Au 31 décembre 2024	3 776	3 535	7 778	15 089
Amortissements cumulés et dépréciations :				
Au 1er janvier 2023	1 258	1 701	5 257	8 216
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
Au 1er janvier 2024	1 378	1 932	5 984	9 294
Charge d'amortissement de l'exercice	121	207	787	1 115
Variation de périmètre	309	194	1 126	1 629
Cessions	0	-28	0	- 28
Mises au rebut	0	-720	-1 719	-2 439
Au 31 décembre 2024	1 808	1 585	6 178	9 571
Valeurs nettes :				
Au 31 décembre 2024	1 967	1 948	1 601	5 516
Au 31 décembre 2023	2 083	812	1 402	4 297

3.4. Autres actifs financiers non courants

En k€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Solde au 31/12/2023	1 879	-5	1 874
Augmentation	648	0	648
Remboursement	-503	0	-503
Variation de périmètre	49	0	49
Solde au 31/12/2024	2 073	-5	2 068

En k€	2024	2023
Dépôts de garantie	1 621	1 438
Prêts	213	202
Autres titres immobilisés	234	234
TOTAL	2 068	1 874

3.5. Impôts différés actifs

Se référer à la note 4.6 « Impôt sur le résultat ».

3.6. Stocks

En k€	2024	2023
Matières premières	0	29
Primes (cadeaux clients)	2 193	2 111
Livres-audio-vidéo-objets	0	45
Documents de traitements, emballages	39	45
En cours de production de services	0	0
Produits intermédiaires et finis	0	109
Total général au coût historique	2 232	2 339
Dépréciation primes (cadeaux clients)	-643	-963
Dépréciation livres-audio-vidéo-objets	0	-4
Dépréciation documents de traitements, emballages	-5	-5
Total dépréciation à la clôture	- 648	- 972
TOTAL NET à la valeur de réalisation	1 584	1 367

3.7. Clients et autres débiteurs

En k€	2024	2023
Valeur brute des créances sur la vente de produits et services	55 706	49 252
Dépréciation sur créances clients	-1 834	-1 647
Avances et acomptes	1 215	660
Créances sur les États	8 655	6 573
Autres débiteurs	8 213	3 301
TOTAL	71 955	58 139

Le montant net comptabilisé pour les créances correspond à leur juste valeur.

3.8. Autres actifs

En k€	2024	2023
Charges constatées d'avance	3 881	2 746
Autres actifs	0	0
TOTAL	3 881	2 746

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€	2024	2023
Parts de fonds monétaires et actions	810	810
Liquidités en banque et en caisse	40 755	38 061
Dépôts bancaires à court et moyen terme	16 430	24 699
TOTAL	57 995	63 570

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€	2024	2023
A l'ouverture de l'exercice	6 479	6 479
Réduction par annulation d'actions propres	0	0
A la clôture de l'exercice	6 479	6 479

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

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€.

Deux plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 15 décembre 2024 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 36,20€.

Pour les plans A 2021 & 2022 & 2023 & 2024, l'acquisition définitive des actions est conditionnée à une condition de présence de 2 ans. Pour les plans B et C 2021 & 2022 & 2023 & 2024, 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 102.355 et par ses filiales à 308.890 et a donné lieu à une charge de 1 011 k€ au 31/12/2024 contre 1 237 k€ au 31/12/2023.

3.10.3. Actions auto-détenues

	En nombres de titres	En k€
Au 1er janvier 2023	163 490	2 621
Acquisitions	99 874	2 881
Cessions	-23 476	-683
Levées d'options	0	0
Attributions gratuites	-42 648	-722
Annulations	0	0
Au 1er janvier 2024	197 240	4 097
Acquisitions	35 101	1 185
Cessions	-20 458	-676
Levées d'options	0	0
Attributions gratuites	-19 425	-270
Annulations	0	0
Au 31 décembre 2024	192 458	4 336

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 1,04 € par action a été votée par l'assemblée générale du 14 juin 2024, et mise en paiement le 21 juin 2024.

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€	2024	2023
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe	10 061	12 442
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
Résultats pour les besoins du résultat dilué par action	10 061	12 442

Résultat net des activités arrêtées part du Groupe	0	0
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
Résultats pour les besoins du résultat dilué par action	0	0

Nombre d'actions	2024	2023
Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat de base par action	3 969 741	3 984 225
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles :		
. Options	0	0
. Actions gratuites attribuées aux salariés	97 379	84 300
. Obligations convertibles	0	0
Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat dilué par action	4 067 120	4 068 525

	Résultat net (en k€)	Nombre d'actions	Résultat par action (en €)
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe de base par action	10 061	3 969 741	2,53
Options	0	0	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	97 379	
Obligations convertibles en actions	0	0	
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe dilué par action	10 061	4 067 120	2,47

Résultat net des activités arrêtées part du Groupe de base par action	0	3 969 741	0,00
Options	0	0	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	97 379	
Obligations convertibles en actions	0	0	
Résultat net des activités arrêtées part du Groupe dilué par action	0	4 067 120	0,00

Pour 2024, le résultat par action ressort à :

- 2,53 € pour le résultat net part du Groupe de base,
- 2,47 € 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
Solde au 1er janvier 2024	3 091	0	3 091
Variation de périmètre	158	0	158
Dotations de l'exercice	274	0	274
Reprises de l'exercice	-66	0	-66
Intérêts	133	0	133
Ecarts actuariels	-74	0	-74
Changement de méthode	0	0	0
Cotisations versées par ADLPartner à l'actif de couverture	0	0	0
Solde au 31 décembre 2024	3 516	0	3 516

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 :

	2024	2023
Taux d'actualisation (*)	3,40 %	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€	2024	2023
Valeur actuelle des obligations	4 102	3 699
Juste valeur des actifs des plans de retraite	-586	-608
Dette nette comptabilisée au bilan	3 516	3 091

La sensibilité de la valeur actuelle des obligations au taux d'actualisation est la suivante :

	Taux annuel d'actualisation		
	2,40 % (- 1 point)	3,40 % (jeu de base)	4,40 % (+ 1 point)
Valeur actualisée de l'obligation (En k€)	4 909	4 102	3 465

Les montants comptabilisés au titre des engagements de fin de carrière au compte de résultat sont les suivants :

En k€	2024	2023
Coût des services rendus au cours de l'exercice	562	450
Intérêts sur l'obligation	133	110
Rendement attendu des actifs du plan	-19	-21
Reprises liées aux départs de l'exercice	-301	-145
Prestations payées	-34	-4
Coûts des services passés	0	0
Charge nette comptabilisée en résultat	341	392

La charge pour l'exercice est incluse dans le compte de résultat pour -341 k€ en 2024 contre -392 k€ en 2023 :

- Sur la ligne charges de personnel pour -208 k€ contre -282 k€ en 2023,
- Sur la ligne coût de l'endettement financier brut pour -133 k€ contre -110 k€ en 2023,

Les changements dans la valeur actuelle des obligations liées aux indemnités de fin de carrière peuvent se présenter comme suit :

En k€	2024	2023
Obligations à l'ouverture de l'exercice	3 699	2 611
Variation de périmètre	158	152
Impact du changement de méthode	0	37
Coût des services rendus	562	450
Intérêts	133	110
Gains/Pertes actuarielles	-57	496
<i>Dont hypothèses démographiques</i>	0	276
<i>Dont hypothèses financières</i>	-141	0
<i>Dont expérience</i>	84	219
Prestations payées	-92	-12
Reprises liées aux départs non inclus dans le turnover	-301	-145
Coût des services passés	0	0
Obligations à la clôture de l'exercice	4 102	3 699

Les changements dans la juste valeur des actifs de couverture peuvent se présenter comme suit :

En k€	2024	2023
Juste valeur des actifs à l'ouverture	608	644
Rendement attendu	19	21
Gains et pertes actuarielles	17	-48
Contributions de l'employeur	0	0
Prestations payées	-58	-9
Juste valeur des actifs à la clôture	586	608

La juste valeur des actifs des plans à la date de clôture s'analyse comme suit :

En %	2024	2023
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 %
TOTAL	100,0 %	100,0 %

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	80	57	304	45 377
TOTAL	80	57	304	45 377

3.13. Passifs financiers

En k€

Passifs financiers non-courants

	2024	2023
Découverts bancaires	0	0
Emprunts bancaires	14 645	19 986
Emprunts et dettes financières diverses	21 810	18 841
TOTAL	36 455	38 827

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués par les compléments de prix Nextocom et Ereferer ainsi que par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de nos filiales (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 Ereferer, GUD.Berlin, Selmore & DotControl, Coup de Poing et à l'ajustement des anciens engagements de rachat.

En k€

Passifs financiers courants

	2024	2023
Découverts bancaires	187	178
Emprunts bancaires	5 998	5 290
Emprunts et dettes financières diverses	12 360	80
TOTAL	18 545	5 548

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués essentiellement par la soule à verser sur les actions Coup de Poing, par les compléments et ajustements de prix de Nextocom, Ereferer, GUD et du sous-groupe Netherlands ainsi que par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de nos filiales (se reporter à la note 5.7.1).

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
Solde à l'ouverture	177	500	677
Variation de périmètre	0	0	0
Dotations de l'exercice	161	58	219
Utilisations de l'exercice	-5	-500	-505
Autres reprises de l'exercice	-82	0	-82
Balance au 31 décembre 2024	251	58	309

Elles sont constituées au 31/12/2024 par :

- 251 k€ de provision pour divers litiges
- 58 k€ de provision pour diverses charges.

3.16. Fournisseurs et autres créditeurs

En k€	2024	2023
Avances et acomptes reçus	706	677
Fournisseurs	50 640	44 764
Dettes sur immobilisations	167	112
Autres créditeurs	4 851	2 078
TOTAL	56 364	47 631

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 et d'Agences et Solutions 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 de marketing digitale 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€) :	2024	2023	Variation
France	196,0	185,4	5,7 %
International	21,8	14,3	52,4 %
TOTAL	217,8	199,7	9,1 %

Chiffres d'Affaires - Par offres (en M€) :	2024	2023	Variation
Magazines	66,7	71,5	-6,7 %
Marketing digital	142,9	119,8	19,3 %
Assurances	8,1	8,3	-2,6 %
TOTAL	217,8	199,7	9,1 %

Marge Brute - Par offres de Marketing Digital (en M€) :	2024	2023	Variation
Conseil – France	44,8	40,8	9,8 %
Agences et solutions – France	41,8	35,4	17,9 %
Agences et solutions – International	7,7	5,1	49,3 %
Total marketing digital	94,2	81,3	15,8 %

4.2. Données sociales

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de personnel (en k€)	2024	2023
Salaires et traitements	56 582	51 845
Charges sociales	26 023	23 649
Intéressement	899	1 184
Participation	1 115	2 039
Indemnités transactionnelles et prud'homales	548	368
Indemnités de fin de carrière	209	282
Stock-options	0	0
Attribution d'actions gratuites	1 011	1 237
TOTAL	86 387	80 604

Effectif moyen des sociétés (hors sociétés mises en équivalence)	2024	2023
Cadres	772	744
Agents de maîtrise	60	50
Employés	265	199
TOTAL	1 097	993

4.3. Autres produits et charges d'exploitation

Les autres produits et charges d'exploitation s'élèvent à 1 179 k€ au 31/12/24 contre 1 009 k€ au 31/12/23. Ils sont essentiellement liés en 2024 aux crédits d'impôt recherche pour 904 k€, aux subventions d'exploitation pour 395 k€ et au coût net des pertes clients.

4.4. Autres produits et charges

En k€	2024	2023
Dépréciation goodwill Groupe Grand Mercredi (cf. 3.1)	1 619	0
Dépréciation goodwill Dékuple Ingénierie Marketing B2B (cf. 3.1)	562	0
Dépréciation goodwill Synomia (cf. 3.1)	125	0
TOTAL	2 306	0

4.5. Résultat financier net

Le résultat financier se ventile comme suit :

En k€	2024	2023
Plus-values sur placements	0	0
Intérêts sur placements et produits assimilés	1 319	1 005
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	1 319	1 005
Intérêts et charges assimilés	-505	-550
Coût de l'endettement financier brut	-505	-550
Produits financiers nets	814	454
Autres produits et charges financières	-41	19
Différences de change	46	-25
Total autres produits et charges financiers	5	-6
Résultat financier	819	449

4.6. Impôts sur le résultat

4.6.1. Analyse de la charge d'impôts

En k€	2024	2023
Charge d'impôts exigibles	3 961	4 518
Charge (ou produit) d'impôts différés	549	-212
Charge (ou produit) d'impôts liés aux titres auto-détenus	59	189
Total impôts sur le résultat	4 569	4 495

4.6.2. Impôts différés

En k€	2023	Résultat	OCI	Variation de périmètre et autres	2024
Actifs d'impôts différés					
C3S & effort construction	43	1	0	0	44
Participation	521	-234	0	0	287
Indemnités fin de carrière	675	45	-19	39	740
Provision dépréciation clients	13	36	0	0	49
Provision pour restructuration	129	-129	0	0	0
Déficit fiscaux	1 909	-296	0	0	1 613
Chiffre d'affaires anticipé (IFRS 15)	1 150	53	0	0	1 203
Contrat de locations (IFRS 16)	115	1	0	0	116
Frais d'acquisition titres	117	-39	0	0	78
Total Actifs d'impôts différés	4 674	- 562	- 19	39	4 132
Passifs d'impôts différés					
Ecart d'évaluation sur les actifs	-254	13	0	0	-241
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
Total Passifs d'impôts différés	-255	13	0	0	- 242
Actifs (Passifs) d'impôts différés net	4 419	- 549	- 19	39	3 890
Actifs d'impôts différés	4 673	-562	-19	39	4 131
Passifs d'impôts différés	-254	13	0	0	-241
Impôt différé	4 419				3 890

Au 31 décembre 2024, le Groupe dispose de surcroît de pertes fiscales reportables de 14 939 k€, disponibles pour compenser des profits taxables futurs, représentant une économie potentielle d'impôts de 3 754 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€	2024	2023
Résultat avant impôts des activités poursuivies	14 905	17 375
Quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	0	558
Résultat avant impôts des activités poursuivies, avant quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	14 905	17 933
Taux théorique d'imposition	25,83 %	25,83 %
Charge d'impôt théorique	3 850	4 632
Rapprochement :		
Effet des différences temporaires et des déficits de l'exercice non activés	672	420
Effet de l'imputation des déficits antérieurs non activés	-64	-352
Effet du retraitement des activités arrêtées	0	0
Effet des différences permanentes	633	361
Effet des différences de taux	-98	-65
Effet des rappels d'impôt et sortie intégration fiscale	-5	0
Effet de l'imputation des crédits d'impôt	-190	-125
CIR-CII	-229	-376
Sous Total	719	-137
Charge d'impôt	4 569	4 495
Taux effectif d'impôt	30,65 %	25,07 %

5. Informations complémentaires

5.1. Tableau de flux de trésorerie

Le tableau de flux de trésorerie présente une variation de trésorerie nette de - 5 584 k€, qui s'explique de la façon suivante :

- + 24 625 k€ provenant de la capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société,
- 4 183 k€ d'impôt société versé,
- 40 k€ issus de la variation du BFR lié à l'activité : le BFR reste négatif à - 19 995 k€,
- 12 864 k€ d'investissements dont principalement les acquisitions d'immobilisations pour - 4 878 k€, et l'incidence des variations de périmètre pour - 7 823 k€ (dont acquisitions des titres Ereferer, GUD, sous-groupe Coup de Poing et sous-groupe Dékuple Netherlands compensées par la trésorerie des filiales acquises),
- 13 109 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,
- 13 k€ d'incidence des variations des cours des devises.

5.2. Acquisition de participations

Ereferer :

Le 13 juin 2024, le Groupe a pris le contrôle par Rocket Marketing de la filiale Ereferer détenue à 59,6 %.

Le chiffre d'affaires de la filiale Ereferer s'établit pour 6 mois à 3 723 k€ pour 2024, le résultat ressort à 972 k€.

Un protocole d'accord capitalistique a été signé, incluant le versement de compléments de prix conditionnés à l'atteinte d'un business plan.

GUD.berlin GmbH :

Le 30 septembre 2024, le Groupe a pris le contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale allemande GUD.berlin détenue à 55 %.

Le chiffre d'affaires de la filiale GUD.berlin s'établit pour 3 mois à 4 433 k€ pour 2024, le résultat ressort à -9 k€.

Un protocole d'accord capitalistique a été signé, incluant des engagements futurs de rachat des actionnaires minoritaires, avec une valorisation de l'entreprise fondée principalement sur sa rentabilité et son endettement net. Cet engagement a conduit à la constatation d'un put sur minoritaires.

Coup de Poing :

Le 18 octobre 2024, le Groupe a pris le contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale Coup de Poing détenue à 51,01 % en apportant les titres LEOO.

Le chiffre d'affaires du sous-groupe Coup de Poing s'établit pour 3 mois à 2 741 k€ pour 2024, le résultat du sous-groupe Coup de Poing hors LEOO ressort à -83 k€.

Un protocole d'accord capitalistique a été signé, incluant des engagements futurs de rachat des actionnaires minoritaires, avec une valorisation de l'entreprise fondée principalement sur sa rentabilité et son endettement net. Cet engagement a conduit à la constatation d'un put sur minoritaires.

Selmore et DotControl Webbased Solutions :

Le 19 décembre 2024, le Groupe a pris le contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing des filiales néerlandaises Selmore et DotControl Webbased Solutions via la holding Dékuple Netherlands détenue à 51 %.

L'acquisition ayant été faite en fin d'année. Aucun chiffre d'affaires ni résultat n'a été pris en compte en 2024.

Un protocole d'accord capitalistique a été signé, incluant des engagements futurs de rachat des actionnaires minoritaires, avec une valorisation de l'entreprise fondée principalement sur sa rentabilité et son endettement net. Cet engagement a conduit à la constatation d'un put sur minoritaires.

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	
	2024	2023	2024	2023
Société mère ADLPartner vers les parties liées	77	74	0	0
SOGESPA vers le Groupe	0	0	77	74

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	
	2024	2023	2024	2023
Société mère ADLPartner / SOGESPA	46	46	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€	2024	2023
Avantages à court terme	727	570
Valorisation des options et droits à actions	335	355
Avantages postérieurs à l'emploi		0
Indemnités de fin de contrat de travail		0
Jetons de présence	170	170
TOTAL	1 253	1 095

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		HOCHÉ		E3C CONSULTING		
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	
AUDIT LEGAL																	
ADLPartner	124,2	120	120	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Filiales	18,1	17,5	91,7	73,8	20,2	18,4	23,2	21	0	9	18	14	11,6	11	4,9	0	
Sous-total	142,3	137,5	211,7	193,8	20,2	18,4	23,2	21	0	9	18	14	11,6	11	4,9	0	
AUTRES PRESTATIONS																	
ADLPartner	3	0	3	15	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
Sous-total	3	0	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	145,3	137,5	214,7	208,8	20,2	18,4	23,2	21	0	9	18	14	11,6	11	4,9	0	

	2024	2023
TOTAL GENERAL	437,9	419,7

5.6. Transactions non réalisées en trésorerie

L'augmentation du capital de Dékuple DMC pour 1 100 k€ le 23/12/2024 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. Engagement de rachat des actions du groupe Coup de Poing (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Coup de Poing 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.

k. Engagement de rachat des actions GUD.Berlin (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société GUD.Berlin 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.

l. Engagement de rachat des actions DEKUPLE Netherlands (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société DEKUPLE Netherlands 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.

m. 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
Dékuple DMC	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADLP Assurances	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Converteo	SAS	France	73,78%	73,78%	Intégration globale
Converteo Inc.	INC	Etats Unis	100,00%	73,78%	Intégration globale
Coup de Poing	SAS	France	51,01%	51,01%	Intégration globale
CDP And CO	SAS	France	100,00%	51,01%	Intégration globale
Centrale Loisirs France	SAS	France	100,00%	51,01%	Intégration globale
Motivation Factory France	SAS	France	100,00%	51,01%	Intégration globale
Leo	SAS	France	100,00%	51,01%	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
Groupe Grand Mercredi	SAS	France	67,38%	67,38%	Intégration globale
Rocket Marketing	SAS	France	59,64%	59,64%	Intégration globale
Ereferer	SAS	France	100,00%	59,64%	Intégration globale
AWE Hong Kong	Ltd	Chine	90,00%	58,32%	Intégration globale
AWE Shanghai	Ltd	Chine	100,00%	58,32%	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
GUD.Berlin	GmbH	Allemagne	55,00%	55,00%	Intégration globale
Dékuple Netherlands	B.V.	Pays-Bas	51,00%	51,00%	Intégration globale
DotControl Webbased Solutions	B.V.	Pays-Bas	100,00%	51,00%	Intégration globale
Selmore	B.V.	Pays-Bas	100,00%	51,00%	Intégration globale

Les sociétés sont consolidées sur la base de leurs comptes annuels au 31 décembre 2024.

La contribution au résultat consolidé de la société Ereferer et Converteo INC est déterminée à partir de leur date d'acquisition et de création arrêtée au 01/07/2024.

La contribution au résultat consolidé de la société GUD.berlin et du sous-groupe Coup de Poing est déterminée à partir de leur date d'acquisition arrêtée au 01/10/2024.

7. Secteurs géographiques

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Chiffre d'affaires net HT	197 268	185 485	21 983	14 514	-1 486	-337	217 765	199 662
Résultat opérationnel	13 834	17 216	252	269	0	0	14 086	17 485
Résultat net des activités poursuivies	10 106	12 722	230	158	0	0	10 336	12 880
Résultat net	10 106	12 722	230	158	0	0	10 336	12 880

Les actifs et passifs par zones géographiques pour l'exercice 2024 se présentent comme suit :

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Actifs non-courants								
Goodwill	42 342	39 267	14 837	0	0	0	57 179	39 267
Droits d'utilisation contrats de location	24 207	16 626	89	113	0	0	24 296	16 739
Immobilisations incorporelles	5 550	4 886	209	0	0	0	5 759	4 886
Immobilisations corporelles	5 236	4 254	280	43	0	0	5 516	4 297
Participations entreprises associés	0	0	0	0	0	0	0	0
Titres non consolidés	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres actifs financiers	3 001	2 856	317	268	-1 250	-1 250	2 068	1 874
Actifs d'impôts différés	3 942	196	189	4 477	0	0	4 131	4 673
Sous-total Actifs non-courants	84 278	68 085	15 921	4 901	-1 250	-1 250	98 950	71 737
Actifs courants								
Stocks	1 205	583	379	784	0	0	1 584	1 367
Clients et autres débiteurs	60 073	54 446	14 485	4 555	-2 603	-862	71 955	58 139
Autres actifs	2 298	2 474	1 583	272	0	0	3 881	2 746
Trésorerie et équivalents de trésorerie	54 917	2 131	3 078	61 439	0	0	57 995	63 570
Sous-total Actifs courants	118 493	59 634	19 525	67 050	-2 603	-862	135 414	125 822
Actifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIFS	202 771	127 719	35 446	71 951	-3 853	-2 112	234 364	197 559

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Capital							6 479	6 479
Réserves consolidées							37 952	31 746
Résultat consolidé							10 336	12 880
Capitaux Propres							54 766	51 105
Passifs non-courants								
Provisions à long terme	3 516	3 091	0	0	0	0	3 516	3 091
Passifs financiers	36 455	38 827	0	0	0	0	36 455	38 827
Dette de loyers	20 943	13 299	34	61	0	0	20 977	13 360
Passifs d'impôts différés	241	254	0	0	0	0	241	254
Sous-total Passif non-courants	61 155	55 471	34	61	0	0	61 188	55 532
Passifs courants								
Provisions à court terme	309	673	0	4	0	0	309	677
Dettes fiscales et sociales	23 637	23 012	2 413	714	0	0	26 050	23 726
Fournisseurs et autres créditeurs	53 168	46 425	5 401	1 618	-2 205	-412	56 364	47 631
Passifs financiers	17 627	5 548	2 566	1 700	-1 648	-1 700	18 545	5 548
Dette de loyers	3 716	3 778	56	54	0	0	3 772	3 832
Autres passifs	10 111	9 220	3 259	288	0	0	13 370	9 508
Sous-total Passif courants	108 568	88 656	13 695	4 378	-3 853	-2 112	118 409	90 922
Passifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS							234 364	197 559

Les autres informations par zones géographiques pour l'exercice 2024 sont détaillées ci-après :

Effectif moyen	France	International	Total
Cadres	765	7	772
Agents de maîtrise	42	18	60
Employés	96	169	265
TOTAL	903	194	1 097

6.2. COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA

6.2.1. Bilan

1. ACTIF

En k€	Montants Bruts	Amortissements / Provisions	31/12/2024	31/12/2023
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Concessions, brevets et droits similaires	6 959	5 832	1 127	949
Fonds commercial	4 363	94	4 269	4 269
Autres immobilisations incorporelles	370	50	320	37
Avances, acomptes sur immo. incorporelles				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Installations techniques, matériel, outillage	790	789	2	63
Autres immobilisations corporelles	2 595	2 005	590	733
Immobilisations en cours				
IMMOBILISATIONS FINANCIERES				
Autres participations	48 716	12 734	35 982	34 923
Créances rattachées à des participations	52 400		52 400	42 004
Autres titres immobilisés	234		234	234
Prêts	3		3	
Autres immobilisations financières	359		359	401
ACTIF IMMOBILISE	116 789	21 504	95 285	83 612
STOCKS ET EN-COURS				
Matières premières, approvisionnements	36	5	31	37
Marchandises	1 483	632	851	559
Avances et acomptes versés sur commandes	345		345	
CREANCES				
Créances clients et comptes rattachés	22 247	905	21 342	21 916
Autres créances	4 285		4 285	3 267
DIVERS				
Valeurs mobilières de placement (dont actions propres : 4 336)	17 792	4	17 787	20 325
Disponibilités	8 921		8 921	17 362
COMPTES DE REGULARISATION				
Charges constatées d'avance	1 011		1 011	1 191
ACTIF CIRCULANT	56 119	1 546	54 573	64 657
Écarts de conversion actif				
TOTAL GENERAL	172 908	23 050	149 859	148 269

2. PASSIF

En k€	31/12/2024	31/12/2023
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	20 000	19 000
Report à nouveau	54 698	51 269
RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	11 158	8 546
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
CAPITAUX PROPRES	93 035	85 994
Provisions pour risques	959	645
Provisions pour charges		500
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	959	1 145
DETTES FINANCIERES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	16 930	20 295
Emprunts et dettes financières divers		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	388	465
DETTES D'EXPLOITATION		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	30 400	31 780
Dettes fiscales et sociales	7 101	7 711
DETTES DIVERSES		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	132	87
Autres dettes	913	740
COMPTES DE REGULARISATION		
Produits constatés d'avance		53
DETTES	55 865	61 130
Écarts de conversion passif		
TOTAL GENERAL	149 859	148 269

6.2.2. Compte de résultat

En k€	France	Exportation	2024	2023
Ventes de marchandises	16		16	19
Production vendue de biens				
Production vendue de services	73 398	9	73 407	77 849
CHIFFRES D'AFFAIRES NETS	73 414	9	73 423	77 868
Subventions d'exploitation			40	79
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges			1 692	1 692
Autres produits			156	263
PRODUITS D'EXPLOITATION			75 311	79 829
Achats de marchandises (y compris droits de douane)			9 354	7 529
Variation de stock (marchandises)			24	1 966
Achats de matières premières et autres approvisionnements (y compris droits de douane)			3 490	3 817
Variation de stock (matières premières et approvisionnements)			6	6
Autres achats et charges externes			26 181	24 662
Impôts, taxes et versements assimilés			1 210	1 326
Salaires et traitements			12 114	12 462
Charges sociales			5 934	5 847
DOTATIONS D'EXPLOITATION				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			618	712
Sur immobilisations : dotations aux provisions				
Sur actif circulant : dotations aux provisions			1 504	1 488
Pour risques et charges : dotations aux provisions			121	3
Autres charges			2 049	2 757
CHARGES D'EXPLOITATION			62 604	62 563
RESULTAT D'EXPLOITATION			12 707	17 266
Produits financiers de participations			268	276
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé				
Autres intérêts et produits assimilés			804	663
Reprises sur provisions et transferts de charges			2 673	2 983
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			49	22
PRODUITS FINANCIERS			3 794	3 943
Dotations financières aux amortissements et provisions			1 004	2 988
Intérêts et charges assimilées			93	462
Différences négatives de change				1
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			3	34
CHARGES FINANCIERES			1 101	3 486
RESULTAT FINANCIER			2 693	458
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			15 400	17 723
Produits exceptionnels sur opérations de gestion				
Produits exceptionnels sur opérations en capital			334	1 937
Reprises sur provisions et transferts de charges			3 449	577
PRODUITS EXCEPTIONNELS			3 782	2 514
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion			1 053	360
Charges exceptionnelles sur opérations en capital			2 991	5 665
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions			686	1 026
CHARGES EXCEPTIONNELLES			4 730	7 051
RESULTAT EXCEPTIONNEL			(947)	(4 536)
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise			874	1 318
Impôts sur les bénéfices			2 421	3 323
TOTAL DES PRODUITS			82 887	86 286
TOTAL DES CHARGES			71 729	77 740
BENEFICE OU PERTE			11 158	8 546

6.2.3. Tableau des flux de trésorerie nette

En k€	2024	2023
Résultat net	11 158	8 546
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	(3 779)	1 159
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	270	722
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	2 448	3 086
- / + Profits et pertes de dilution		
- Dividendes		
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	10 098	13 514
- Produits financiers nets	(756)	(188)
+ / - Charge d'impôt société	2 421	3 323
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	11 762	16 649
- Impôt société versé (B)	(3 918)	(3 353)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	(1 373)	1 807
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	6 471	15 103
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(891)	(651)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	1	4
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres)		(105)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres)	271	0
+ Dividendes reçus		
- Prêts et avances versés	(10 906)	(8 510)
+ Remboursements prêts et avances	1 000	500
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	42	(71)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(10 483)	(8 832)
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(459)	(2 214)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(4 117)	(3 499)
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts		
- Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location financement)	(3 335)	(1 919)
- / + Produits financiers nets reçus	710	558
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement		
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	(7 202)	(7 075)
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)		
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	(11 214)	(805)
Trésorerie d'ouverture	33 590	34 395
Trésorerie de clôture	22 377	33 590

6.2.4. Annexe aux comptes annuels

Table des matières de l'annexe aux comptes annuels

1. Informations générales	223		
2. Faits caractéristiques de l'exercice	223		
2.1. Actionnariat	223		
2.2. Filiales	223		
3. Evènements postérieurs à la clôture	223		
4. Principes, règles et méthodes comptables	223		
4.1. Actif immobilisé	224		
4.2. Stocks	225		
4.3. Créances clients et dettes fournisseurs	225		
4.4. Charges et produits constatés d'avance	225		
4.5. Provisions pour risques et charges	225		
4.6. Chiffres d'affaires	226		
5. Informations relatives au bilan	227		
5.1. Immobilisations incorporelles	227		
5.2. Immobilisations corporelles	227		
5.3. Immobilisations financières	228		
5.4. Stocks	230		
5.5. Clients	230		
5.6. Autres créances et comptes de régularisation	230		
5.7. Valeurs mobilières de placement	230		
5.8. Trésorerie et emprunts	230		
5.9. Capitaux Propres	231		
5.10. Provisions pour risques et charges	231		
5.11. Autres dettes et comptes de régularisation	231		
5.12. Opérations avec les entreprises liées	232		
6. Informations relatives au compte de résultat	233		
6.1. Chiffre d'affaires	233		
6.2. Personnel	233		
6.3. Autres achats et charges externes	233		
6.4. Opérations avec les entreprises liées	234		
6.5. Autres charges	235		
6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions	235		
6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges	235		
6.8. Résultat financier	236		
6.9. Résultat exceptionnel	236		
6.10. Intégration fiscale et impôt société	236		
7. Autres informations	237		
7.1. Etat des échéances des créances et des dettes	237		
7.2. Produits à recevoir	238		
7.3. Charges à payer	238		
7.4. Accroissement et allègement de la dette future d'impôt	239		
7.5. Engagements donnés	239		
7.6. Engagements reçus	240		
7.7. Rémunération des dirigeants	240		
7.8. Tableau des filiales et participations	241		

1. Informations générales

Ces comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration le 28 mars 2025.

Ils comprennent :

- le bilan,
- le compte de résultat,
- l'annexe au bilan avant affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2024 dont le total est de 149 858 671 € et au compte de résultat présenté sous forme de liste dont le total des produits est de 82 886 750 € et dégagant un bénéfice de 11 158 159 €.

L'exercice a une durée de douze mois recouvrant la période du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2024.

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire.

2. Faits caractéristiques de l'exercice

La société ADLP Télésurveillance a fait l'objet d'une cession le 28 juin 2024.

2.1. Actionnariat

Le programme de rachat d'actions, autorisé par l'assemblée générale mixte du 14 juin 2024, arrivera à terme le 13 décembre 2025.

En juin 2024, une distribution de dividendes a été réalisée à hauteur de 4,1 M€.

2.2. Filiales

2.2.1. DEKUPLE INGENIERIE MARKETING

En septembre 2024, une prise de participation a été concrétisée dans la société allemande GUD.Berlin GmbH, Dékuple Ingénierie Marketing détient 55 % de GUD.Berlin GmbH.

En octobre 2024, une prise de participation a été concrétisée dans la société Coup de Poing par versement en numéraire et par apport en nature des titres LEOO, Dékuple Ingénierie Marketing détient 51 % du Groupe Coup de Poing.

En octobre 2024, une prise de participation complémentaire a été concrétisée dans la filiale AWE Hong Kong, Dékuple Ingénierie Marketing détient directement 10 % de la filiale AWE Hong Kong et 80 % indirectement via la filiale Dékuple Ingénierie Marketing B2B.

En décembre 2024, une prise de participation a été concrétisée dans la société néerlandaise Dékuple Netherlands B.V., Dékuple Ingénierie Marketing détient 51 % de Dékuple Netherlands B.V.

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 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).

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 les activités d'agences et de conseil, 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	10 921	533	4 495	6 959
Fonds commercial	4 363	0	0	4 363
Autres immobilisations incorporelles	50	0	0	50
Immobilisations incorporelles en cours	37	320	37	320
TOTAL	15 371	853	4 532	11 692

Amortissements et Provisions	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Marques, fichiers, logiciels	9 972	355	4 495	5 832
Fonds commercial	94	0	0	94
Immobilisations incorporelles	50	0	0	50
TOTAL	10 116	355	4 495	5 976
TOTAL VALEURS NETTES	5 254			5 716

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	1 624	0	834	790
Autres immobilisations	3 180	120	705	2 595
Immobilisations en cours	0	0	0	0
Avances et acomptes	0	0	0	0
TOTAL	4 804	120	1 539	3 385

Amortissements	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Installations techniques	1 561	62	834	789
Autres immobilisations	2 447	263	705	2 005
TOTAL	4 008	325	1 539	2 794
TOTAL VALEURS NETTES	796			591

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	51 436	0	2 720	48 716
Créances rattachées à participations	42 497	10 903	1 000	52 400
Autres titres immobilisés	234	0	0	234
Autres immobilisations financières	401	23	62	362
TOTAL	94 568	10 926	3 782	101 712

Provisions	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Participations	16 514	1 000	4 780	12 734
Créances rattachées à participations	492	0	492	0
Autres titres immobilisés	0	0	0	0
Autres immobilisations financières	0	0	0	0
TOTAL	17 006	1 000	5 272	12 734
TOTAL VALEURS NETTES	77 562			88 978

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 Servicios 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
ADLPerformance Unipessoal Lda	10	0	0	10
ADLP Télésurveillance	2 720	0	2 720	0
Chine Abonnements	130	0	0	130
TOTAL	51 436	0	2 720	48 716

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	8 100	0	0	8 100
ADLP Assurances	2 000	500	1 000	1 500
Dékuple Ingénierie Marketing	31 147	10 403	0	41 550
TOTAL	42 497	10 903	1 000	52 400
TOTAL TITRES ET CREANCES	93 933			101 116

En juin 2024, la filiale ADLP Télésurveillance a été cédée à Opti Sécurité pour 267 k€.

Les prêts d'actionnaires consentis aux filiales afin de financer leurs activités ont été augmentés de 10 903 k€ et remboursés pour 1 000 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 1 000 k€ et un complément de reprises de 2 599 k€.

Les provisions se décomposent comme suit (en k€) :

Provisions des titres de participation	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
ADLP Assurances	4 664	975	0	5 639
Dékuple Ingénierie Marketing	5 726	0	2 181	3 545
ADLPartner Hispania	3 261	25	0	3 286
ADL Servicos de Fidelização	134	0	0	134
ADLP Télésurveillance	2 599	0	2 599	0
Chine Abonnements	130	0	0	130
Dékuple Conseil et Technologie	0	0	0	0
TOTAL	16 514	1 000	4 780	12 734

Provisions des créances rattachées	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
ADLP Télésurveillance	0	0	0	0
Dékuple Ingénierie Marketing	492	0	492	0
Dékuple Conseil et Technologie	0	0	0	0
TOTAL	492	0	0	0
TOTAL TITRES ET CREANCES	17 006			12 734

5.4. Stocks

Les stocks se décomposent comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
Primes (cadeaux clients) – Livres-objets-audio-vidéo	1 483	632	851
Documents de traitement, emballages	36	5	31
TOTAL	1 519	637	882

5.5. Clients

Le poste clients se présente comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
Clients (échéance - 1 an)	22 247	905	21 342

5.6. Autres créances et comptes de régularisation

Le poste autres créances (total de 4 285 k€, dont taxes sur la valeur ajoutée : 2 305 k€, impôt société : 1 263 k€, avoirs à recevoir : 258 k€, organismes sociaux : 88 k€, autres débiteurs : 371 k€) est composé de montants à échéance de moins d'un an.

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 1 011 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 4 187 k€ (188 425 actions), elles sont destinées à l'octroi d'options d'achat et à la distribution d'actions gratuites ;
 - à hauteur de 149 k€ (4 033 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 inférieure à leur prix d'acquisition, une dotation aux provisions pour dépréciation de 4 k€ a été constatée.
- d'autre part par des comptes à terme pour 13 455 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 8 921 k€.

Des conventions de prêt ont été signées auprès d'établissements bancaires pour un montant total de 23 M€, la dette restante au 31/12/2024 est de 16 930 K€.

5.9. Capitaux Propres

Au 31 décembre 2024, 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
Situation au 31/12/22	4 164 590	6 479	0	65 882	8 586	80 947
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
Situation au 31/12/23	4 164 590	6 479	0	70 969	8 546	85 994
Affectation du résultat				4 429	-4 429	0
Dividendes versés					-4 117	-4 117
Résultat de l'exercice					11 158	11 158
Amortissements dérogatoires					0	0
Situation au 31/12/24	4 164 590	6 479	0	75 398	11 158	93 035

(*) Correspond aux postes : Réserve légale + Autres réserves + Report à nouveau + Provisions réglementées, dont part des réserves affectées aux actions auto détenues : 4 336 k€.

4 164 590 actions composent le capital au 31 décembre 2024. 3 232 482 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 7 204 614.

5.10. Provisions pour risques et charges

En k€	Valeur brute
Situation au 31 décembre 2023	1 145
Augmentations	745
Diminutions utilisées	-850
Diminutions non utilisées	-81
Total des diminutions	-931
Situation au 31 décembre 2024	959

Elles sont constituées par :

- 120 k€ de provision pour divers litiges,
- 839 k€ de provision pour attribution d'actions gratuites au personnel,

5.11. Autres dettes et comptes de régularisation

Le poste « autres dettes » pour 913 k€ est composé de lots à payer relatifs à divers tirages pour 64 k€, de 87 k€ d'avoirs à établir, de 2 k€ de fonds partenaires, de 109 k€ de dette d'intégration fiscale, de 538 k€ d'assurance indemnités fin de carrière, de 113 k€ de créiteurs divers.

Les produits constatés d'avance correspondent à des opérations commerciales engagées sur l'exercice 2024 au titre de l'exercice 2024, ainsi qu'à des produits facturés pour lesquels la livraison est intervenue sur l'exercice suivant. Il n'y a pas de produits constatés d'avance au 31 décembre 2024.

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	48 453	1 100	0	0	0	5 726	1 406	33 460	0	0	0	0	0	0	6 751	10
Provision pour dépréciation des titres	12 470	0	0	0	0	3 545	0	5 639	0	0	0	0	0	0	3 286	0
Créances sur participation	52 400	8 100	0	0	0	41 550	0	1 500	0	0	0	0	0	0	1 250	0
Provision pour dépréciation prêt	0	0	0	0	0	0	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	2 916	24	21	1	105	1 144	4	1 211	14	119	0	0	121	104	48	0
Fournisseurs et créditeurs	669	0	0	91	0	52	0	0	21	315	0	150	22	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€	2024	2023
France	73 414	77 860
International	9	8
TOTAL	73 423	77 868

Au 31 décembre 2024, le chiffre d'affaires de la société est principalement composé des commissions perçues sur les ventes d'abonnements pour 68,5 M€.

6.2. Personnel

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de Personnel (en k€)	2024	2023
Salaires et traitements	11 383	11 503
Intéressement	731	959
SOUS-TOTAL	12 114	12 462
Charges sociales	5 934	5 847
Participation	874	1 318
TOTAL	18 922	19 627

Effectif moyen	2024	2023
Cadres	116	120
Agents de maîtrise	23	29
Employés	28	37
TOTAL	167	186

6.3. Autres achats et charges externes

En k€	2024	2023
TOTAL	26 181	24 662
Dont :		
Frais de conception, d'exécution, de routage, d'affranchissements	11 219	10 131
Frais de sous-traitance	2 890	2 614
Commissions, courtages sur ventes et honoraires	4 765	4 904
Dépenses de publicité et de relations extérieures	1 583	1 504

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 Télésurveillance	Dékuple Ingénierie Marketing B2B	Rocket Marketing	Groupe Grand Mercredi	ADLP Hispania	ADLPerformance Unipessoal Lda
Prestations de services et ventes	4 562	6	18	13	179	1 773	6	2 007	0	200	0	0	179	172	9	0
Produits actions propres	62	0	0	18	0	5	0	9	14	0	0	0	0	0	16	0
Redevances, honoraires	5	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3	0	0	0	0
Sous-traitance, loyers et achats	1 789	0	0	348	0	426	86	0	23	307	0	564	0	0	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	2 941	41	0	0	0	2 840	0	10	0	0	0	0	0	0	50	0
Dotations provisions financières	1 000	0	0	0	0	0	0	975	0	0	0	0	0	0	25	0
Reprises provisions financières	2 599	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 599	0	0	0	0	0

6.5. Autres charges

En k€	2024	2023
Charges diverses de gestion courante (pertes commerciales clients, faux nouveaux abonnés, annulations d'abonnements non répercutées aux éditeurs)	687	959
Pertes sur créances irrécouvrables clients	1 192	1 627
Jetons de présence	170	171
TOTAL	2 049	2 757

6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions

En k€	2024	2023
Dotations aux amortissements des immobilisations	618	712
Dotations aux provisions des immobilisations incorporelles	0	0
Dotations aux provisions pour dépréciation des stocks	636	952
Dotations aux provisions pour dépréciation des créances	867	536
Dotations aux provisions pour risques et charges	121	2
TOTAL	2 242	2 202

6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges

En k€	2024	2023
Transfert de charges	91	67
Reprises provisions pour dépréciation des stocks	952	626
Reprises provisions pour dépréciation des créances	568	913
Reprises provisions pour risques et charges	81	12
Sous-total reprises provisions	1 601	1 552
TOTAL	1 692	1 619

6.8. Résultat financier

En k€	2024	2023
Résultat financier	2 693	458

Il se ventile comme suit :

Produits réalisés sur les placements	852	684
Produits financiers de participation et des créances de l'actif immobilisés	268	276
Reprises sur provisions	2 673	2 983
Différences positives de change	0	0
Total des produits financiers	3 793	3 943

Dotations aux amortissements et provisions	-1 004	-2 988
Différences négatives de change	0	-1
Charges nettes sur cessions VMP	-3	-34
Intérêts et charges financières	-93	-462
Total des charges financières	-1 100	-3 485

Les dotations aux provisions concernent essentiellement la filiale ADLPartner Hispania pour 25 k€ et la filiale ADLP Assurances pour 975 k€. Les reprises sur provisions concernent Dékuple Ingénierie Marketing.

6.9. Résultat exceptionnel

En k€	2024	2023
Résultat exceptionnel	-947	-4 536

Il se ventile comme suit :

Produits sur opérations de gestion	0	0
Produits sur opérations en capital	334	1 937
Reprises sur provisions et transferts de charges	3 448	577
Reprises sur amortissements dérogatoires	0	0
Total des produits exceptionnels	3 782	2 514

Charges sur opérations de gestion	-1 052	-360
Charges sur opérations en capital	-2 991	-5 665
Dotations aux amortissements et provisions	-686	-1 025
Dotations aux amortissements dérogatoires	0	0
Total des charges exceptionnelles	-4 729	-7 050

Les charges exceptionnelles sur opérations de gestion de -1 052 k€ sont constituées d'indemnités de licenciements et de dépenses liées aux licenciements économique.

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 -209 k€ et de la moins-value de cession des titres de participation ADLP Télésurveillance à Opti Sécurité pour -2 453 k€. Cette cession a entraîné la reprise de la provision sur titres pour 2 599 k€.

6.10. Intégration fiscale et impôt société

Le groupe fiscal est constitué depuis le 1er janvier 2011 avec la filiale Dékuple Ingénierie Marketing. Depuis le 1er janvier 2014, la filiale Dékuple Conseil et Technologie et la filiale ADLP Assurances sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1er janvier 2019, la filiale Dékuple DMC est entrée dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1er janvier 2020, les filiales LEOO et Ividence sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal et depuis le 1er janvier 2021, la filiale ADLP Télésurveillance est entrée dans le périmètre du groupe fiscal. Les filiales LEOO et ADLP Télésurveillance sont sorties du périmètre du groupe fiscal en 2024 à la suite de leur cession.

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 2024, la charge d'impôt totale ressort à 2 421 k€.

L'impôt de la société, en l'absence de la convention d'intégration fiscale, se serait élevé à 2 716 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	52 400		52 400
Prêts	3		3
Autres immobilisations financières	359		359
Clients douteux ou litigieux	47	47	
Autres créances clients	22 200	22 200	
Personnel et comptes rattachés			
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	88	88	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices	1 263	1 263	
. taxe sur la valeur ajoutée	2 305	2 305	
. autres impôts et taxes	16	16	
. divers	4	4	
Débiteurs divers	609	609	
Charges constatées d'avance	1 011	1 011	
TOTAL	80 305	27 543	52 762

Etat des dettes (en k€)	Montant Brut	A moins d'un an	A plus d'un an
Emprunts, dettes à + 1 an (1)	16 930	4 151	12 779
Emprunts, dettes financières divers (1)(2)			
Fournisseurs et comptes rattachés	30 400	30 400	
Personnel et comptes rattachés	4 280	4 280	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	2 534	2 534	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices			
. taxe sur la valeur ajoutée	53	53	
. autres impôts et taxes	234	234	
Dettes sur immobilisations	132	132	
Groupe et associés	109	109	
Autres dettes (dont pension titres)	804	804	
Produits constatés d'avance			
TOTAL	55 476	42 697	12 779

(1) Emprunts souscrits dans l'exercice

(1) Emprunts remboursés dans l'exercice

(2) Emprunts souscrits auprès des personnes physiques

3 335

7.2. Produits à recevoir

En k€	2024	2023
Clients - Produits non facturés		
Clients divers - factures à établir	6 564	5 971
Clients divers - factures à établir filiales	0	91
Mise en service d'abonnements à facturer	0	0
Sous-total Clients - Produits non facturés	6 564	6 062
Fournisseurs débiteurs		
Avoirs à recevoir	258	307
Sous-total Fournisseurs débiteurs	258	307
Débiteurs divers		
Divers	0	0
Sous-total Débiteurs divers	0	0
Personnel et organismes sociaux		
Indemnités journalières à recevoir	0	0
Charges sociales à recevoir	18	9
Sous-total Personnel et organismes sociaux	18	9
Trésorerie		
Intérêts courus sur comptes à terme et comptes bancaires rémunérés	24	88
Sous-total Trésorerie	24	88
TOTAL	6 864	6 466

7.3. Charges à payer

En k€	2024	2023
Emprunts divers et dettes établissements de crédit		
Intérêts courus à payer	10	39
Sous-total Emprunts divers et dettes établissements de crédit	10	39
Dettes fournisseurs & comptes rattachés		
Factures non parvenues	8 995	9 037
Sous-total Dettes fournisseurs & comptes rattachés	8 995	9 037
Dettes fiscales & sociales		
Personnel	3 406	4 659
Organismes sociaux	1 629	1 631
Etat	86	88
Sous-total Dettes fiscales et sociales	5 121	6 378
Autres dettes		
Avoirs à établir	87	43
Divers à payer	538	391
Sous-total Autres dettes	625	434
TOTAL	14 751	15 888

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	94	24		86	22		-8	-2	
Participation des salariés	1 318	340		874	226		-444	-114	
Amortissements dérogatoires	0		0	0		0	0		0
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation									
provision dépréciation des clients	43	11		33	9		-10	-2	
provision risques et charges	500	129		0	0		- 500	- 129	
Déficit filiale étrangère									
TOTAL		504	0		257	0		-247	0
NET		504			257			-247	

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^{ère} 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 31/12/2024, est de 27 mois, soit 3 225 k€ TTC (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 31/12/2024, est de 23 mois, soit 165 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 31/12/2024 s'élève à 1 894 k€ dans le cadre du départ à l'initiative de l'employeur.

Les principales hypothèses actuarielles utilisées sont les suivantes :

- taux d'actualisation : 3,40 %
- 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.

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 Brute	Valeur comptable des titres détenus Nette	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
A. Renseignements détaillés concernant les filiales et les participations ci-dessous :											
1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société)											
ADLPARTNER HISPANIA SLU Plaza de Castilla, 3 Planta 17, E1 28046 MADRID / (Espagne)	100 000	2 982 196	0	100,00%	6 750 505	3 464 347	1 250 000	0	15 099 129	31 086	0
ADLPERFORMANCE, UNIPESSOAL LDA Crowe Horwath, R. Aleixo, 53 – 3A 4150-043 PORTO / (Portugal)	10 000	624 194	0	100,00%	10 000	10 000	0	0	1 083 533	-13 755	0
SCI RUE DE CHARTRES 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 600	1 251 355	0	100,00%	1 406 339	1 406 339	0	0	86 400	9 856	0
DEKUPLE INGENIERIE MARKETING 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	3 505 250	-9 014 557	0	100,00%	5 725 877	2 180 743	41 550 000	0	6 875 530	-1 061 991	0
DEKUPLE CONSEIL ET TECHNOLOGIE 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 100 000	-2 981 976	0	100,00%	1 100 000	1 100 000	8 100 000	0	0	-52 522	0
ADLP ASSURANCES 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	2 064 484	-722 610	0	100,00%	33 460 000	27 820 972	1 500 000	0	8 324 964	568 445	0
2. Participations (10 à 50% du capital détenu par la société)											
CHINE ABONNEMENTS 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	650 000	-3 003 306	120 000	12,50%	130 000	0	0	0	0	-117 421	0

COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA

annexe aux comptes annuels

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 Brute	Valeur comptable des titres détenus Nette	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
Renseignements détaillés concernant les sous-filiales contrôlées :											
1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Conseil et Technologie											
CONVERTEO SAS 40 avenue des Terroirs de France 75012 PARIS / (FRANCE)	91 860	11 455 519	761 437	73,78 %	6 103 166	6 103 166	0	0	55 838 944	135 754	0
2. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Ingénierie Marketing											
DEKUPLE INGENIERIE MARKETING B2B 25 boulevard Berthier 75017 PARIS / (FRANCE)	56 990	-2 013 292	0	60,40 %	1 811 559	0	2 775 000	0	3 344 719	-948 111	0
DEKUPLE DMC 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (FRANCE)	214 000	20 138	0	100,00 %	2 033 648	229 837	0	0	0	-4 301	0
IVIDENCE 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (FRANCE)	50 000	-134 446	0	92,50 %	46 250	0	1 300 000	0	3 780 989	33 728	0
ROCKET MARKETING 46 place Jules Ferry 92120 MONTRouGE / (FRANCE)	305 641	3 102 097	148 554	59,64 %	7 240 659	7 240 659	0	0	16 860 491	2 821 949	0
BRAINSONIC 45 rue Sedaine 75011 PARIS / (FRANCE)	181 073	3 847 464	0	72,64 %	7 250 447	7 250 447	0	0	20 050 799	1 174 626	0
E-RETAIL DEVELOPMENT 6 cours André Philip 69100 VILLEURBANNE / (FRANCE)	72 200	-2 436 255	2 022 917	50,93 %	624 917	624 917	2 540 000	0	3 394 997	-442 841	0
GROUPE GRAND MERCREDI 58 avenue Charles de Gaulle 92200 NEUILLY-SUR-SEINE / (FRANCE)	1 203 951	-3 917 062	2 368 568	67,38 %	1 216 839	0	936 000	0	1 769 646	-466 430	0
NEXTOCOM 52 avenue Charles de Gaulle 92200 NEUILLY-SUR-SEINE / (FRANCE)	58 666	1 010 283	0	70,00 %	5 376 000	5 376 000	0	0	3 918 954	453 802	0
GUD.BERLIN GMBH Linienstraße 145 10115 BERLIN (ALLEMAGNE)	35 714	2 389 060	0	55,00 %	6 202 544	6 202 544	0	0	13 189 894	552 175	0
COUP DE POING 27 avenue Auguste Vérola 06200 NICE	1 012 800	159 057	0	51,01 %	1 266 658	1 266 658	507 407	0	4 629 495	-122 961	828 036
DEKUPLE NETHERLANDS B.V. Coöperatiehof 14 1073 JR AMSTERDAM (PAYS BAS)	2 000	0	6 072 458	51,00 %	3 098 082	3 098 082	0	0	0	-36 242	0

3. Participations (10 à 50% du capital détenu par la société)

AWE HONG KONG Office 4, 10F Kwan Chart Tower No 6 Tonnochy Road 999077 WANCHEI (HONG KONG)	415 107	-224 054	0	10,00 %	180 000	180 000	0	0	1 330 762	245 951	0
--	---------	----------	---	---------	---------	---------	---	---	-----------	---------	---

B. Renseignements globaux concernant :

1. Participations non reprises au § A.	N/S
--	-----

6.2.5. Résultats financiers des cinq derniers exercices

Date d'arrêté	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020
Durée de l'exercice (mois)	12	12	12	12	12
CAPITAL EN FIN D'EXERCICE					
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					
OPERATIONS ET RESULTATS					
Chiffre d'affaires hors taxes	73 422 828 €	77 868 097 €	83 316 176 €	85 944 097 €	91 928 672 €
Résultat avant impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	10 661 157 €	14 290 629 €	18 615 388 €	14 439 381 €	11 373 025 €
Impôts sur les bénéfices	2 420 515 €	3 322 852 €	2 216 110 €	1 907 924 €	1 671 467 €
Participation des salariés	873 865 €	1 317 715 €	1 491 207 €	1 162 575 €	1 253 701 €
Dotations nettes aux amortissements et provisions	-3 791 382 €	1 103 602 €	6 322 238 €	-1 935 022 €	371 956 €
Résultat net	11 158 159 €	8 546 460 €	8 585 834 €	13 303 905 €	8 075 902 €
Résultat distribué *		4 117 402 €	3 498 892 €	3 509 840 €	3 200 385 €
RESULTAT PAR ACTION					
Résultat après impôt, participation, avant dotations nettes aux amortissements et provisions	1,77 €	2,32 €	3,58 €	2,73 €	2,03 €
Résultat après impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	2,68 €	2,05 €	2,06 €	3,19 €	1,94 €
Dividende attribué *	0,76 €	1,04 €	0,88 €	0,88 €	0,81 €
PERSONNEL					
Effectif moyen des salariés	167	186	192	196	196
Masse salariale	12 113 903 €	12 462 097 €	12 538 186 €	13 481 945 €	13 008 774 €
Sommes versées en avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	5 934 115 €	5 847 462 €	5 858 418 €	5 965 046 €	6 003 462 €

Note * : il s'agit de la distribution du dividende, qui sera proposé au titre de l'exercice 2024 à l'Assemblée générale du 13 juin 2025.



7. RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

7.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS.....	246
7.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS.....	250

7.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Société ADLPartner Exercice clos le 31 décembre 2024

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 2024, 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^{er} janvier 2024 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.

Evaluation des titres de participation et des créances rattachées

Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2024, les titres de participation et les créances rattachées sont inscrits au bilan pour une valeur nette comptable respectivement de 36 M€ et de 52 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^{er} juillet 2015.

Au 31 décembre 2024, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-septième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la dixième 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 15 avril 2025

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

Christophe BONTE
Associé

RSM Paris
Membre de RSM International

Adrien FRICOT
Associé

7.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Société ADLPartner **Exercice clos le 31 décembre 2024**

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 2024, 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^{er} 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 2024, les Goodwill sont inscrits au bilan pour un montant de 57,2 M€ et représentent 24% 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 2024, les puts sur minoritaires sont inscrits au bilan pour un montant de 28,6 M€ et représentent 12,2% 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 utilisés 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.

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

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.

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^{er} juillet 2015.

Au 31 décembre 2024, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-septième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la dixième 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 15 avril 2025,

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

Christophe BONTE
Associé

RSM Paris
Membre de RSM International

Adrien FRICOT
Associé



8. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2024

Je soussigné, Bertrand LAURIOZ, Président Directeur Général, atteste, à ma connaissance, que les comptes annuels et les comptes consolidés sont établis conformément au corps de normes comptables applicable et donnent une image fidèle et honnête des éléments d'actif et de passif, de la situation financière et des profits ou pertes de l'émetteur 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 et des résultats de l'entreprise et de la situation financière de l'émetteur et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels ils sont confrontés et qu'il a été établi conformément aux normes d'information en matière de durabilité applicables.

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

Seminar Between Team Leaders in Modern Office/
Tom Werner/Getty Images
Photos portraits / Frédéric Bayle / Sacha Balti / Alain
Potignon / Damien Grenon / PolyRise
Photo 1655650342 / Roman Samborskyi /
Shutterstock

Direction artistique & création

emendo

Communication financière



ACTUS
finance & communication

Impression

Daneels Grafische Groep
Dennenlaan 5
B-2340 Beerse

sur papier



© DÉKUPLE - ADLPartner avril 2025
Tous droits réservés





www.dekuple.com

