



We
create
bold
impact

Rapport
financier
semestriel
2025

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

- 2. Le mot de Bertrand Laurioz,
Président Directeur Général
- 6. Carte d'identité du Groupe
- 8. Nos chiffres clés semestriels
- 10. Le Groupe DÉKUPLE
s'internationalise au service
de la performance business
- 13. Les principales actualités
du 1^{er} semestre
- 22. Nos récompenses
- 24. Les principaux enjeux
RH et RSE
- 28. Cahier financier



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** : Portraits : Sacha Balti, Welcome To The Jungle Etoiles du Retail et de l'IA : SkonhedProd / RSE : ONF, Welcome To The Jungle / Shutterstock • **Direction artistique & création** : emendo • **Communication financière** : Actus • **Impression** : Daneels Grafische Groep Dennenlaan 5 B-2340 Beerse sur papier PEFC • © DÉKUPLE - ADLPartner septembre 2025 Tous droits réservés



Le message de **BERTRAND LAURIOZ**

Président Directeur Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs,
chers Actionnaires,

L'année 2025 est une année compliquée pour l'économie. Les différentes crises internationales et la situation politique française induisent de fortes incertitudes qui freinent les investissements et les projets. Notre Groupe a été impacté par cet environnement, mais nous avons réussi à maintenir notre trajectoire de croissance.

Notre modèle a, une fois encore, démontré sa résilience : nous avons réalisé sur ce premier semestre une croissance de notre chiffre d'affaires de +12,3 %, et de notre revenu net (marge brute) de +5,8 %.

La croissance du Groupe provient des activités de marketing digital, qui représentent au premier semestre 70 % de notre chiffre d'affaires et enregistrent une augmentation de +16,1 % de leur revenu net. Pour mémoire, ces activités représentaient 30 % du chiffre d'affaires du Groupe en 2020. La croissance de ces activités est fortement liée à notre stratégie d'acquisition en France et à l'international, en ligne avec notre plan « Ambition 2025 », qui vise à devenir leader de la communication et du data marketing en Europe.

Agences et Solutions

Les activités d'agences et solutions Marketing sont en forte progression, avec un revenu net en hausse de +37,2 %. Cette croissance résulte du développement des activités à l'international et de l'expansion des solutions technologiques en France. Ces avancées se traduisent notamment par une croissance soutenue des solutions innovantes en Retail Marketing de Smart Traffik (Okube) et de Rocket Marketing qui a finalisé l'intégration de la plateforme spécialisée dans le Netlinking automatisé acquise en 2024.

Depuis novembre 2024, nous avons annoncé l'arrivée dans le Groupe DÉKUPLE de GUD.berlin (agence créative à Berlin), de Selmore (agence créative à Amsterdam), de DotControl (agence digitale et technologique à Amsterdam) et d'After, agence stratégique et créative basée à Barcelone. Avec ces nouvelles sociétés, DÉKUPLE renforce considérablement son implantation internationale. Avec plus de 25% des collaborateurs hors de France, nous sommes présents aujourd'hui dans 8 pays majeurs et sommes capables d'accompagner nos clients dans la plupart de leurs géographies. Sur la France, l'évolution du revenu net est également liée à l'arrivée dans le Groupe de l'agence Coup de Poing, spécialiste de la fidélisation et à la déconsolidation du Groupe Grand Mercredi.

À périmètre constant, les offres Agences et Solutions affichent une baisse limitée de -3,6%.



Notre modèle a, une fois encore, démontré sa résilience : nous avons réalisé sur ce premier semestre une croissance de notre chiffre d'affaires de +12,3 %, et de notre revenu net de +5,8 %.





Conseil

Notre filiale Converteo montre sa résilience en limitant la réduction de son revenu net à -3,5%, comparé à un premier semestre 2024 très dynamique. Dans un contexte très difficile sur le marché du conseil aux entreprises, Converteo développe rapidement ses prestations au service de l'implémentation de l'IA auprès des clients majeurs français et mondiaux. Les prises de commandes de l'été permettent d'envisager une amélioration au deuxième semestre.

Activité Magazine et Assurance

Dans un contexte global de baisse de la diffusion de la presse magazine et de pression sur le pouvoir d'achat des foyers, notre activité Magazines subit une baisse de chiffre d'affaires de -6,9 % par rapport au premier semestre 2024. Le portefeuille d'abonnements actifs à durée libre au 30 juin 2025 ralentit fortement sa baisse à -5,9 % sur un an (contre -10% au premier semestre 2024). Face à ces conditions défavorables, les campagnes marketing se concentrent sur les segments de clientèle les plus rentables, avec de nouvelles offres et partenaires, afin de soutenir le portefeuille

de contrats et consolider le rôle essentiel du Groupe auprès des éditeurs de presse. Notre société de courtage en assurances affinitaires par marketing direct affiche un revenu net en léger retrait de -1,8 % par rapport à l'année précédente. Son approche innovante en marketing pour l'assurance santé contribue à soutenir le portefeuille d'assurés.

Malgré des conditions économiques exigeantes et une réduction des budgets marketing, nos activités ont maintenu un niveau élevé de profitabilité

Dans un contexte marqué par des investissements technologiques et marketing soutenus ainsi que par l'adaptation des organisations de plusieurs entités du Groupe, l'EBITDA retraité ressort à 10,6 M€, en retrait de -14,1 % par rapport au premier semestre 2024 et de -4,8 % par rapport au second semestre 2024. Il représente 12,0 % du revenu net semestriel.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 6,5 M€, soit 7,4 % du revenu net semestriel, contre 10,1 % au premier semestre 2024.

Cette évolution reflète :

- Le maintien du taux de rentabilité de l'activité Magazines, mais avec une contribution moindre liée à la baisse des ventes,
- Un tassement de la rentabilité en Conseil, pénalisée par le ralentissement conjoncturel, les frais de structuration et les investissements à l'international (États-Unis et Espagne)
- Une progression solide des résultats en Agences & Solutions, portée par le développement des offres technologiques, qui ont permis d'amortir les effets d'une conjoncture adverse.



Le message de BERTRAND LAURIOZ

Président Directeur Général de DÉKUPLE

Au cours du premier semestre 2025, nous avons poursuivi notre politique de croissance externe annoncée dans notre plan « Ambition 2025 » visant à devenir un leader de la communication et du data marketing européen.

Après les acquisitions de GUD.berlin en novembre 2024, de Selmore à Amsterdam et Dot Control à Rotterdam en décembre 2024, nous avons finalisé l'acquisition d'une participation majoritaire dans After en mai 2025. Fondée à Barcelone en 2007 par Risto Mejide et Marc Ros, duo charismatique et médiatique, After est une agence de premier plan avec une vision forte du storytelling et de l'innovation publicitaire. Aujourd'hui dirigée par Marc Ros, After est une agence créative basée à Barcelone, Valence et Madrid et figure parmi les trois premières agences indépendantes en Espagne. Reconnue pour sa capacité à allier créativité, innovation et engagement responsable, elle accompagne les marques dans la conception de stratégies de communication puissantes, durables et distinctives.

After propose une offre complète de la stratégie à l'exécution, alliant stratégie de marque, identité visuelle, campagnes intégrées, contenus social media et activations événementielles. L'agence est par ailleurs reconnue pour sa capacité à combiner créativité, innovation et engagement responsable, apportant une attention particulière à l'impact sociétal et environnemental des dispositifs créés. Partenaire sur le long terme, After conçoit pour des marques nationales et internationales des campagnes audacieuses et efficaces, en phase avec les enjeux et l'identité de chaque marque.

Nous avons également poursuivi notre développement organique, par exemple :

- Converteo a poursuivi son implantation en Amérique du Nord avec l'embauche des premiers salariés américains et lancé Converteo à Madrid
- Nous avons annoncé le lancement de l'offre DÉKUPLE Insight, le nouveau pôle de DÉKUPLE dédié à la connaissance client et à la transformation des données en leviers de performance pour les marques. Cette nouvelle offre complète les différentes offres du Groupe sur le social listening et les analyses clients.
- DÉKUPLE a franchi une étape stratégique avec le lancement de DÉKUPLE Platform, la première plateforme technologique et IA au service des retailers, en incarnant la « platformisation » de ses offres. Le retail, secteur d'excellence du Groupe avec plus de 120 marques accompagnées, reste au cœur de cette dynamique. Notre expertise éprouvée renforce notre capacité à allier data, créativité, technologie et intelligence artificielle au service du commerce local et de la performance en magasin, en mettant le marketing digital véritablement au service de l'accélération des ventes physiques.

RSE

Depuis les années 2000, le Groupe est en pointe sur les enjeux sociaux et environnementaux. Après notre adhésion au Global Compact de l'ONU en 2020, nous avons poursuivi nos actions au premier semestre 2025.

Collaborateurs

En tant qu'entreprise familiale aux valeurs fortes (esprit de conquête, respect, entraide), nous veillons à les incarner dans toutes nos actions. La mobilisation de nos plus de 1200 collaborateurs a permis de poursuivre notre croissance malgré un environnement compliqué. Nos collaborateurs sont la force et la fierté de notre Groupe et je tiens à les remercier une fois de plus pour leur engagement au service de notre projet collectif et de nos clients. Nous poursuivons dans les mois à venir nos programmes de recrutement, en particulier dans nos activités de Marketing Digital. Depuis 2023, nous poursuivons notre partenariat avec l'ESCP-Business School, en nous engageant activement dans la formation des étudiants. Par ailleurs, nous poursuivons notre partenariat de long terme avec l'HETIC, école du digital, initié en 2022.

Partenariat voile

Après trois ans de sponsoring-titre du Class 40 DÉKUPLE, skipé par William Mathelin-Moreaux, nous avons poursuivi notre partenariat sous une autre forme, notre logo trône désormais au côté de l'association "Les Invincibles" qui lutte contre la maladie de Charcot, fondée par Olivier Goy, entrepreneur dans l'âme, qui continue à innover et à porter des projets ambitieux malgré sa maladie. Dans le cadre de ce sponsoring, nous soutenons cette cause et sensibilisons nos collaborateurs, partenaires et clients, avec de nombreuses animations pour renforcer la visibilité de notre marque et celui de l'association et de son message porteur de sens.

Perspectives

Les perspectives économiques, tant en France qu'à l'international, demeurent incertaines. L'économie tourne au ralenti, et les incertitudes politiques et géopolitiques pourraient inciter les entreprises à limiter leurs investissements.

Cependant, en tant que spécialiste du data marketing, nous évoluons dans un secteur porteur, et nous sommes confiants quant à la poursuite de notre croissance.

Dans les mois et années à venir, nous continuerons à étendre notre présence géographique pour renforcer notre leadership européen et mieux accompagner nos clients internationaux, notamment en Amérique du Nord et en Asie.

Nos innovations et nos investissements technologiques restent au cœur de notre stratégie pour renforcer l'efficacité et la différenciation de nos services, en particulier à travers la plateformes de nos offres, soutenue par notre maîtrise de la data et de l'IA

En ce qui concerne nos activités à portefeuille (Presse et Assurance), nous poursuivons nos investissements commerciaux générateurs de revenus récurrents et créateurs de valeur.

La part du marketing digital dans nos activités continuera d'augmenter.

Notre développement repose sur l'innovation marketing, axée sur la data et la technologie. Nous restons particulièrement attentifs aux opportunités d'acquisition dans des domaines complémentaires à fort potentiel, en France et dans certains pays européens.

Le Groupe dispose de solides moyens financiers pour soutenir ses ambitions. Nos plus de 1200 collaborateurs sont pleinement mobilisés pour poursuivre la croissance du Groupe au service de nos clients et partenaires.

Nous préparons avec nos collaborateurs et nos parties prenantes un nouveau plan « Horizon 2030 » qui alignera nos ambitions et notre stratégie pour que DÉKUPLE devienne la référence en communication et data marketing, avec une intégration de la créativité, de la data, de la technologie enrichie par l'IA.

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



Carte d'identité du Groupe



Conseil

Avec plus de 450 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.



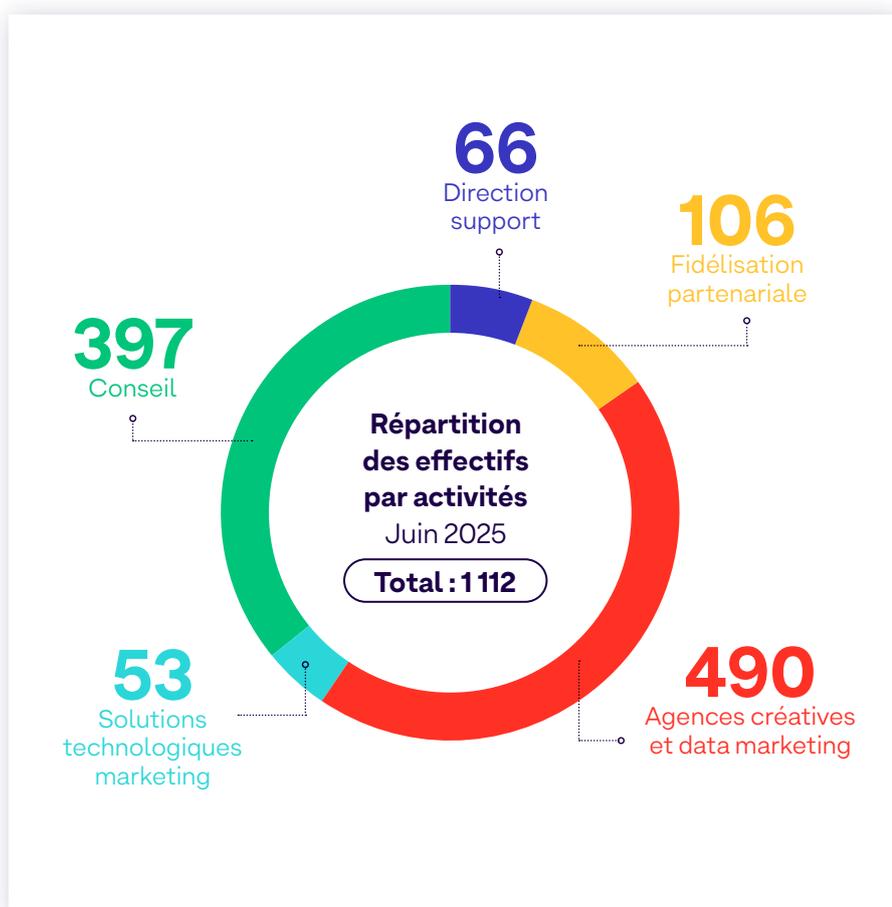
Fidélisation partenariale

L'activité de fidélisation partenariale proposent des solutions et dispositifs conçus pour aider des entreprises partenaires à renforcer la fidélité de leurs propres clients. DÉKUPLE accompagne des marques, enseignes ou institutions en leur fournissant des outils, services ou avantages clé en main pour développer une préférence de marque, contribuer à enrichir leur connaissance client et maximiser la lifetime value de leurs clients. 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.

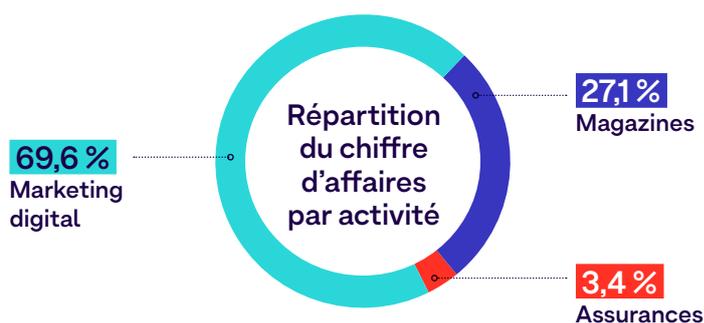
DÉKUPLE, acteur majeur de la communication et du data marketing, accompagne plus de 750 marques, en Europe et à l'international, pour transformer leur marketing et améliorer durablement leur performance commerciale.

Nous combinons le conseil, la créativité, la data, la technologie et l'intelligence artificielle pour concevoir et activer des stratégies d'acquisition, d'activation, de fidélisation et de relation client, sur tous les canaux. « We create bold impact », ce n'est pas qu'un slogan, c'est notre approche métier. Parce que nous savons traduire la complexité en performance. Parce que nous marions la précision de la donnée à la puissance du récit créatif. Parce que nous intégrons l'IA

non comme un gadget, mais comme un levier structurant de croissance, d'anticipation et de personnalisation. Entreprise indépendante et familiale, fondée en 1972, DÉKUPLE compte plus de 1200 collaborateurs en Europe, en Chine aux États-Unis et au Canada. Ensemble, nous partageons les mêmes valeurs : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide. Notre ambition : continuer à grandir durablement, en innovant et en gardant toujours l'impact client au cœur de nos priorités.



Nos chiffres clés semestriels



Ebitda retraité*
10,6 M€
 12,0 %
 du revenu net

Chiffre d'affaires
117,4 M€
 + 12,3 %



en M€



Revenu net
88,3 M€
 +5,8 %



en %



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



Résultat opérationnel
6,4 M€
 7,3% du revenu net

en M€



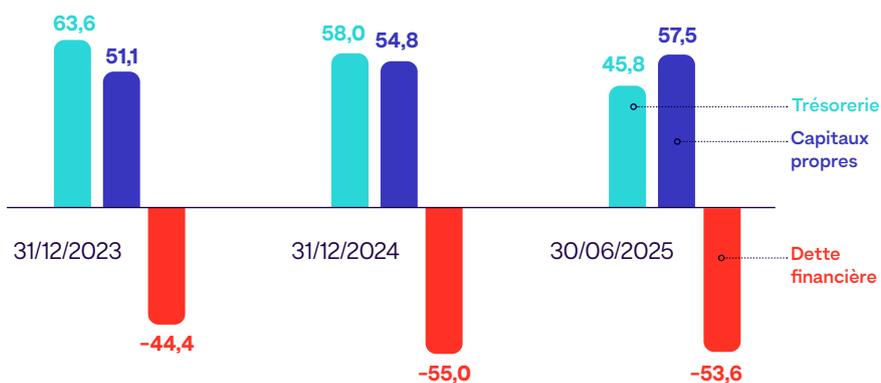
Résultat net
 part du groupe
3,8 M€
 4,3 %
 du revenu net

en M€



Structure
 financière

en M€



Le Groupe DÉKUPLE s'internationalise au service de la performance business

Depuis plusieurs années, le Groupe construit son développement international dans son ambition de devenir leader Européen de la Communication et du Data Marketing. En 2025, par l'intégration de nouvelles entités et le développement de nouvelles expertises multi-pays, cette dynamique a franchi une nouvelle étape, avec une ambition claire : permettre aux marques de rayonner à l'international et de se développer durablement sur plusieurs marchés.

➤ Un partenaire européen tourné vers le monde

Notre force repose sur un modèle multi-entrepreneurial Européen ouvert sur le monde qui conjugue la puissance d'un Groupe présent dans 8 pays à l'agilité d'acteurs experts implantés localement. Cette organisation nous permet d'activer des leviers marketing puissants tout en tenant compte des spécificités culturelles, sectorielles et comportementales propres à chaque marché. Qu'il s'agisse de l'Allemagne, du Canada, de la Chine, de l'Espagne, des États-Unis ou des Pays-Bas, nous mobilisons une connaissance approfondie des consommateurs, des tendances locales et des dynamiques de marché pour proposer des stratégies véritablement efficaces.



Fondée en 2007 par Risto Mejide et Marc Ros, After s'impose aujourd'hui parmi les trois premières agences indépendantes espagnoles.

Présente à Barcelone, Madrid et Valence, elle se distingue par un storytelling audacieux, une forte culture d'innovation publicitaire et un engagement responsable. Ses campagnes, nationales et internationales, marquent durablement les esprits et nourrissent la réputation des marques.

L'intégration d'After illustre la vision du Groupe DÉKUPLE et renforce son collectif multi-entrepreneurial en Europe. Ensemble, DÉKUPLE et After partagent une ambition commune : offrir aux marques des leviers puissants d'impact et de cohérence dans un paysage marketing où la data et l'IA ouvrent des perspectives inédites.

En élargissant ses expertises sur le marché ibérique, DÉKUPLE accélère la construction d'un modèle européen intégré, capable de répondre aux enjeux multi-pays des grandes marques et d'accompagner leur croissance durable.



Ce rapprochement
vient renforcer
la présence
du Groupe sur
le marché ibérique



➤ After rejoint le Groupe

En 2025, DÉKUPLE a officialisé son partenariat avec After, agence créative indépendante basée à Barcelone.

Ce rapprochement vient consolider le pilier créativité du Groupe et affirmer sa capacité à conjuguer data, technologie, intelligence artificielle et création pour accompagner les marques dans leurs stratégies marketing les plus ambitieuses.



► Une dynamique collective en mouvement

Chez DÉKUPLE, l'international n'est pas un simple relais de croissance : c'est une conviction stratégique.

À l'heure où les marchés domestiques atteignent leurs limites, l'internationalisation s'impose comme une réponse structurelle, durable et exigeante. C'est dans cette optique que nos équipes, représentant huit nationalités et implantées dans plusieurs pays, se sont réunies lors de 2 "international days" pour consolider ce qui fait notre différence : une organisation réellement pensée pour délivrer de la valeur à l'échelle internationale.

L'occasion de mettre en place des synergies pour offrir des stratégies et des dispositifs à nos clients faisant de nous un partenaire clé pour les marques en quête de développement international structuré.



25%

de notre effectif est à l'international



75%

de nos clients sont actifs dans plusieurs pays



4

acquisitions hors France depuis novembre 2024



8

Présence dans 8 pays



15%

du CA Groupe réalisé à l'international

► Une implantation stratégique en Espagne pour Converteo

Au premier semestre 2025, Converteo a renforcé son développement international avec l'ouverture d'un bureau à Madrid. Cette implantation fait suite à une première expansion réussie en Amérique du Nord en 2024 et s'inscrit dans la stratégie du cabinet de conseil du Groupe DÉKUPLE, de consolider sa présence à l'international.

Le bureau espagnol a été lancé avec pour objectif de renforcer la notoriété de Converteo sur le territoire, de structurer une équipe locale à travers des recrutements ciblés et de déployer les offres phares du cabinet (stratégie data et marketing, optimisation des performances marketing, projets IA & Data au service du business) en les adaptant aux spécificités du marché espagnol.

L'ouverture de ce bureau s'est appuyée sur un contexte économique espagnol favorable à la croissance du secteur du conseil, ainsi que sur l'expérience déjà éprouvée de Converteo dans l'accompagnement de filiales espagnoles de grands groupes français. Le cabinet de conseil bénéficie également de synergies avec les autres entités du Groupe DÉKUPLE déjà présentes sur le marché ibérique.

Cette nouvelle implantation vise aussi à consolider le développement futur en Europe, Amérique et Asie, en cohérence avec l'ambition de Converteo de croître à l'international.



Flashez ce code pour en savoir +



Flashez ce code pour en savoir +



► Du contenu pour accompagner les marques dans leur développement à l'international

Pour accompagner les marques dans leurs réflexions, le Groupe a publié un livre blanc intitulé "Les 6 questions à se poser pour développer sa stratégie Communication et Marketing à l'international". Une ressource concrète, pilotée par la data, ancrée dans la réalité terrain.

Enfin, à l'occasion de l'été 2025, un cahier de vacances édition voyage a été lancé. À travers des contenus ludiques, il illustre l'ambition internationale du Groupe, tout en offrant un regard décalé sur ses expertises.

DÉKUPLE Platform : la technologie et l'IA au service des ventes en magasin

En 2025, DÉKUPLE a franchi une étape stratégique majeure concrétisée par le lancement de la « plateformisation » de ses offres, et la création de la DÉKUPLE Platform.

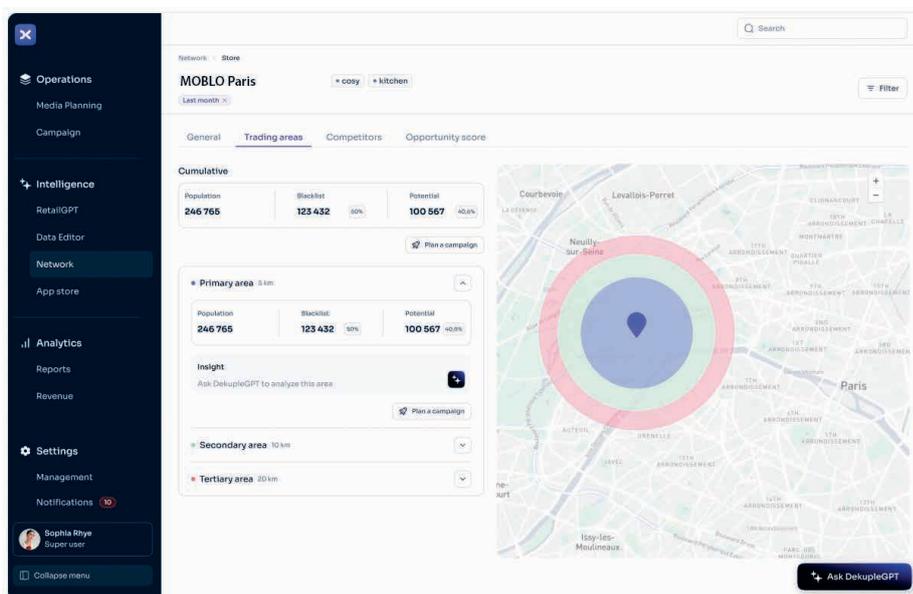
Le retail est depuis longtemps l'un des secteurs d'excellence du Groupe. Avec plus de 120 marques accompagnées, DÉKUPLE a développé une expertise unique pour répondre aux enjeux des enseignes dont la croissance repose sur la performance de leur réseau physique. Notre approche ne cherche pas à opposer digital et physique, mais à les connecter intelligemment pour renforcer la raison d'être du point de vente, amplifier sa puissance et réaffirmer son rôle central dans le quotidien des consommateurs, afin de maximiser l'impact business des retailers en faisant du magasin un levier de croissance durable.

Selon notre dernière étude OpinionWay, deux tiers des Français se rendent chaque semaine en magasin, qui demeure le premier point de contact et d'information avant un achat. Plus qu'un simple lieu de transaction, le magasin est un maillon essentiel de la relation client qui doit être placé au centre des stratégies marketing des retailers pour booster leur impact business. La DÉKUPLE Platform s'inscrit dans cette expertise éprouvée du Groupe en renforçant sa capacité à allier data, créativité, technologie et intelligence artificielle au service du commerce local et de la performance en magasin.

La différenciation majeure de la DÉKUPLE Platform réside dans sa capacité à mettre le marketing digital véritablement au service de l'accélération des ventes physiques.

Elle repose sur trois piliers complémentaires : une Data Factory qui centralise, sécurise et enrichit les données du Groupe et de ses partenaires pour alimenter les modèles d'IA, une Creative Factory qui mobilise l'IA générative afin d'automatiser et d'industrialiser la production de contenus personnalisés et multicanaux et une technologie modulaire qui assemble ces briques data et créatives pour délivrer plus vite, au meilleur coût et avec une qualité renforcée.

Au cœur de cette plateforme, les agents IA incarnent notre ambition dans le retail : mettre le digital au service du réel et générer un ROI mesurable. DÉKUPLE GPT, notre système intégré d'agents, s'adapte à chaque territoire, à ses consommateurs et aux enjeux spécifiques des enseignes. Cette IA permet de planifier et d'optimiser les campagnes, de générer automatiquement des contenus créatifs personnalisés et d'affiner les recommandations stratégiques grâce à un ciblage ultra-précis des segments les plus performants.



Les nouveaux comportements d'achat des Français

Entre pression sur le pouvoir d'achat, recherche de sens et montée en puissance de l'intelligence artificielle, les Français revoient leurs priorités de consommation. Les marques doivent désormais composer avec ces nouvelles attentes pour rester compétitives.

L'étude met en évidence deux dynamiques fortes :

- Le prix demeure le premier critère, mais les dimensions éthiques, locales et qualitatives gagnent en importance dans la décision d'achat.
- La personnalisation et l'usage de l'IA séduisent les consommateurs, à condition d'offrir des bénéfices concrets et de garantir une gestion responsable des données.

Dans ce paysage en mutation, le magasin physique conserve un rôle incontournable, véritable point d'ancrage d'un parcours désormais hybride. En livrant une vision claire des arbitrages des Français pour 2025, cette enquête apporte des repères précieux aux marques pour ajuster leurs stratégies marketing, renforcer la relation client et orienter leurs investissements.

Flashez ce code pour en savoir +



Étude Retail : entre tensions et réinvention

Comment les marques peuvent-elles concilier pression économique et exigence d'innovation ? Pour y voir plus clair, l'Agence DÉKUPLE a mené une étude de weblisting approfondie, en analysant les conversations sociales et digitales autour du retail.

Deux grands axes ont été explorés :

- L'impact du contexte économique sur les comportements de consommation et les stratégies des enseignes.
- Le décalage entre la promesse de l'innovation (technologique, servicielle, expérientielle) et sa réalité d'usage sur le terrain.

Cette analyse permet de faire émerger des tendances fortes mais aussi des signaux faibles, offrant aux retailers une vision actionnable des attentes réelles des consommateurs.



Flashez ce code pour en savoir +



Les Étoiles du Retail et de l'IA 2025

Le 3 juin, le Groupe DÉKUPLE et le magazine Stratégies ont réuni les acteurs majeurs du Retail, dans un lieu exceptionnel, à la Samaritaine, pour la première édition des Étoiles du Retail et de l'IA.

Autour de keynote et de tables rondes, des décideurs à la pointe de l'IA et des experts du Groupe DÉKUPLE ont exploré ensemble les grandes dynamiques qui redessinent le commerce de demain.

L'IA n'est plus un sujet prospectif, mais un levier d'action opérationnel, du contenu marketing à la logistique, en passant par l'expérience client.

La matinée s'est clôturée avec une remise de prix récompensant les projets les plus innovants du secteur.

Un rendez-vous inspirant, qui confirme l'ambition du Groupe DÉKUPLE : être un acteur clé de la transformation du retail.



300
inscrits



8
intervenants



1
Keynote



2
tables rondes



8
prix remis

Un événement IA, 5 ans d'avance

Le 1^{er} juillet, le Groupe DÉKUPLE était présent à la Philharmonie de Paris pour Roadmap AI 2025, organisé par Convertteo.

Un rendez-vous stratégique aux côtés de 500 décideurs, pour décrypter les transformations que l'intelligence artificielle génère dans les métiers du marketing, de la data et de la communication. Gouvernance IA, mesure d'impact business, réflexion éthique sur les biais, cas d'usage concrets... Ici, il ne s'agissait pas de s'adapter, mais bien d'anticiper.



492

meetings 1:1 entre pairs, décideurs et experts



30

partenaires présents

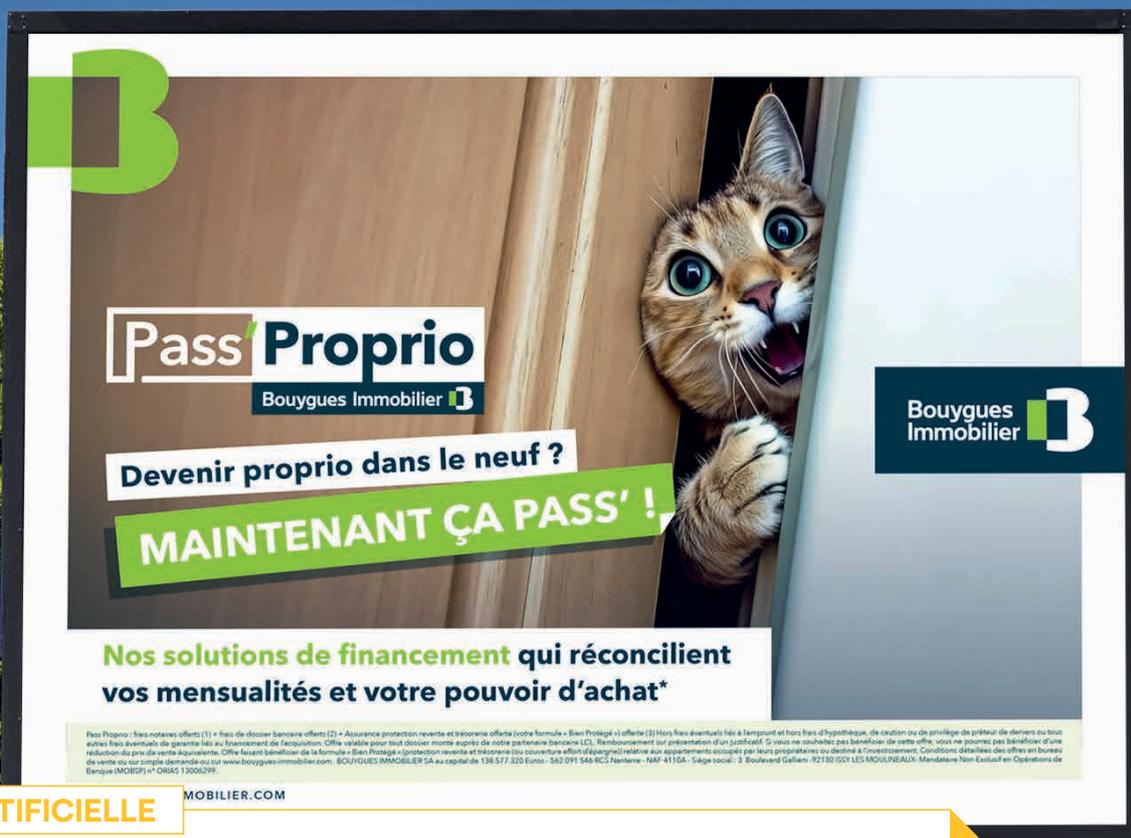


40

prises de parole qui ont fait bouger les certitudes et ouvert des perspectives



Des centaines
de connexions créées



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

MOBILIER.COM

CAS AGENCE DÉKUPLE

Bouygues Immobilier : campagne créative réalisée avec le support de l'IA

Pour émerger auprès des primo-accédants dans un marché immobilier saturé, Bouygues Immobilier et l'Agence DÉKUPLE ont conçu une campagne nationale audacieuse, portée par l'IA générative.

Le but était de présenter Pass'Proprio, une offre dédiée à l'accession à la propriété, avec une tonalité et une esthétique radicalement différentes des codes du secteur. En détournant l'expression « Ça passe ! » et en générant, via l'IA, des visuels décalés d'animaux intrépides tentant de franchir une porte trop étroite, la campagne capte l'attention par son humour visuel assumé et son message clair.

L'intelligence artificielle a été intégrée dès la phase créative pour explorer des territoires inédits, impossibles à produire en réel. Diffusée en affichage, print, digital et social media, la campagne a permis à Bouygues Immobilier de renforcer la notoriété de son offre et d'accroître de 22% les leads qualifiés sur la cible primo-accédants par rapport à la précédente campagne. Un cas d'école d'efficacité créative augmentée.

“

La campagne a permis à Bouygues Immobilier de renforcer la notoriété de son offre et d'accroître de +22 % les leads qualifiés sur la cible primo-accédants par rapport à la précédente campagne.

”

CAS REECH

La Matmut : bousculer le secteur de la prévention

À l'occasion de la Fête de la Musique 2025, la Matmut, assureur-préventeur, a pris la parole avec une campagne créative et engagée, imaginée par Reech. L'objectif : rappeler que l'on peut faire la fête, mais rentrer en toute sécurité, en particulier auprès des 18-24 ans, fortement touchés par les accidents de la route.



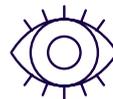
48h

Tous les bons ont été distribués en moins de 48 heures



8

millions d'impressions



5,6

millions de vues



190k

engagements

« On fait tous des promesses que l'on ne tient pas... et parfois on s'en souvient le lendemain » En se reposant sur ce fait, « Code promesse » est une campagne de prévention nouvelle génération en deux temps :

- Une vidéo YouTube où les influenceurs Darko, Julien Geloën et Chloë Lemn comparaient leurs pires promesses et anecdotes à celles de leurs communautés. Lors de la diffusion de cette vidéo, 5 000 bons Uber de 15 € ont été distribués gratuitement avant la Fête de la Musique pour permettre aux jeunes de rentrer de soirée en toute sécurité.

- La création d'une musique par le DJ Quentin Mosimann à partir des anecdotes de soirées collectées. "Le Track Matmut", s'est imposée comme un hymne festif et engagé, incarnant le message de la campagne : faire la fête sans mettre sa vie en danger.

CAS LE NOUVEAU BELIER

Point vert et magasin vert : un nouveau territoire de communication

« Entre nous, on est très nature »
Le Nouveau Bélier dévoile la nouvelle identité de communication commune aux enseignes Point Vert et Magasin Vert.

Avec cette campagne, l'agence accompagne les deux enseignes dans un véritable changement de cap : modernisation de la prise de parole, incarnation des valeurs, et révélation d'une personnalité de marque plus forte, plus actuelle et plus engageante.

Fruit d'un travail stratégique et créatif mené par Le Nouveau Bélier, la nouvelle signature «Entre nous, on est très nature» traduit à la fois l'expertise des enseignes dans l'univers du jardin, des animaux et de la maison, et leur proximité humaine avec leurs clients.

Une double évocation au service du positionnement : L'expertise et le savoir-faire : des produits de qualité, des conseils avisés, un accompagnement personnalisé. L'authenticité et la complicité : des échanges simples, sincères et bienveillants, comme entre voisins ou amis partageant la même passion.

Le double sens de la signature permet de communiquer à la fois sur la passion pour la nature et sur la nature humaine des échanges entre conseillers et clients.

Le Nouveau Bélier a imaginé un territoire créatif unique, reposant sur des visuels incarnés mettant en scène clients et conseillers réels. Chaque prise de parole illustre la complicité et la relation de confiance qui font la spécificité de Point Vert et Magasin Vert.



L'agence a travaillé sur un ton de communication complice et direct, loin des codes publicitaires trop formatés, pour instaurer une proximité immédiate avec le public. Ce parti pris permet aux enseignes de se différencier dans un marché très concurrentiel, tout en affirmant leur modernité.

Conçu et orchestré par Le Nouveau Bélier, le plan de déploiement inclut :

- Affichage et PLV en points de vente, premier vecteur de communication auprès des clients,
- Déploiement digital et réseaux sociaux pour toucher de nouvelles cibles et engager les communautés,
- Présence sur des médias stratégiques afin de renforcer la notoriété et générer du trafic.
- Chaque support a été pensé pour exprimer la personnalité des enseignes et relayer la promesse de proximité et d'authenticité au plus grand nombre.

Avec « Entre nous, on est très nature », Point Vert et Magasin Vert franchissent un cap stratégique : celui d'une communication plus incarnée, plus contemporaine et plus fédératrice. Grâce à son approche globale, l'agence offre aux enseignes un territoire d'expression clair, puissant et durable, capable de soutenir leur développement et de renforcer leur place sur le marché.

DE NOUVEAUX DISPOSITIFS DATA-MARKETING

CAS DOT CONTROL

National Geographic : Plateforme de concours photo boostée à l'IA

National Geographic est réputé pour ses photographies époustouflantes. Mais son concours photo annuel, ouvert aux amateurs comme aux professionnels, avait besoin d'un moyen plus intelligent et plus fluide pour soumettre et examiner les photos.

Dot Control a créé une plateforme intelligente, alimentée par l'IA, qui facilite la participation. Les photographes téléchargent leurs clichés et le système lit automatiquement les données EXIF, ajoute des balises générées par l'IA et filtre les contenus offensants.

Une expérience fluide pour les photographes, les membres du jury et les amateurs de photographie. National Geographic dispose désormais d'une plateforme hautement évolutive qui continue de se développer au fur et à mesure du concours.



Résultats :



12 530
photos soumises



25%
d'entrées de meilleure
qualité



20%
de travail en moins
pour le jury

DE NOUVEAUX DISPOSITIFS DATA-MARKETING

CAS GUD.BERLIN

Deutsche Bahn : Le TikTok Ticket qui transforme les likes en voyages



La Deutsche Bahn voulait séduire une nouvelle génération de voyageurs et rapprocher l'univers des transports de celui des réseaux sociaux. L'idée : transformer la créativité des utilisateurs en véritable monnaie d'échange. Avec l'accompagnement de GUD.Berlin, la Deutsche Bahn a lancé le TikTok Ticket : un dispositif inédit où chaque utilisateur pouvait créer une vidéo avec l'un des six filtres spécialement développés pour l'occasion. En quelques clics, le contenu était vérifié sur une plateforme dédiée et donnait droit à un bon de réduction de 50 % sur le prochain billet de train. Une mécanique simple, ludique et virale.



58 000
filtres vidéo



50 000
codes de réduction
générés

CAS AGENCE DÉKUPLE

MMV : la détection d'insight data driven au service de la performance marketing

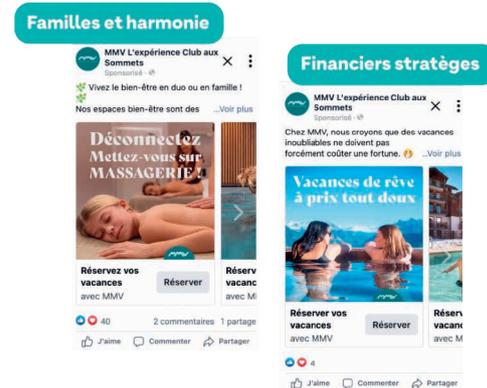
Contexte : MMV, résidences et hôtels clubs dans les Alpes, fait face à un déficit de notoriété et doit renforcer sa présence en haut de funnel pour soutenir ses actions de conversion.

Enjeu : Dans le cadre de l'optimisation de sa stratégie marketing et communication, MMV a souhaité explorer et mieux connaître ses cibles, permettant de mieux cibler ses prospects.

Opportunité de transformer la data 1st party en avantage concurrentiel compétitif :

Audience intelligence :

- Utilisation de la donnée 1st party
- Enrichissement du segments d'audience sur plus 7 000 critères
- Intégration d'un agent IA entraîné pour effectuer les recoupements par univers connexes et créer les segments et sous-segments d'audience.



Campagnes créatives et ciblage médias segmentés :

- Formalisation de 5 grands profils personae
- Définition de la stratégie de contenus et de ciblage publicitaire propre à chaque personae

Résultats :

CPC 4 fois moins élevé que la moyenne du marché.

CAS SMART TRAFFIK

Intérieurs Privés : connecter le digital et le magasin

Face à une volonté croissante d'attirer plus de trafic en magasin et de renforcer la présence digitale locale de chacun de ses points de vente, Intérieurs Privés a fait appel à Smart Traffik et sa solution Lokal Booster pour mettre en place une solution de Store Locator SEO by design.

Solution mise en place : Smart Traffik a déployé pour Intérieurs Privés un store locator personnalisé, conçu pour :

- Optimiser le référencement local (SEO géolocalisé)
- Améliorer la visibilité de chaque magasin sur les moteurs de recherche

- Fluidifier l'expérience utilisateur sur le site web
- Générer du drive-to-store depuis les recherches en ligne.

Résultats observés :

- Augmentation attendue du trafic organique local
- Meilleur positionnement sur les requêtes locales stratégiques
- + de visites qualifiées vers les magasins
- Conversion du trafic web en visites physiques en boutique

Nos récompenses



4
prix pour
l'Agence
DÉKUPLE



OR dans la catégorie
"Affichage & Digital"
avec Bouygues Immobilier
aux Cas d'Or Innovation
Publicitaire 2025.



OR dans la
catégorie Insight
avec MMV au Grand
Prix de la Data.



ARGENT
dans la catégorie média et
audience avec MMV aux
Advanced Research Awards.



TROPHÉE
Good Impact à la Nuit
des Rois avec Perle de
Lait





leem
les entreprises
du médicament

BRONZE
aux Grands Prix Stratégies
de la communication
d'engagement pour la
campagne "Réduisons
le volume" avec Leem
au Grand Prix Stratégies
de la communication
d'engagement 2025.

LEROY MERLIN

TROPHÉE
de la Meilleure Innovation
Social Media - Influence
Marketing pour la stratégie
social media de Leroy
Merlin aux Trophées
Content Innovations
d'All for Content 2025.

**GUY
HOQUET**

Meilleure Communication
Employeur pour le
dispositif de formation
augmentée de Guy Hoquet
l'Immobilier au Grand Prix
de la Créativité IA & Data.

Play-Doh

OR
dans la catégorie "Meilleure
activation de marque & influence"
pour la campagne "Le P'tit resto"
avec Play-Doh au Grand Prix des
Events.



6
prix pour
Brainsonic

monabanq

ARGENT
dans la catégorie campagne de publicité
avec la campagne "Les Gens avant l'Argent"
pour Monabanq au 38^e Grand Prix de la
Communication.

leem
les entreprises
du médicament

ARGENT
dans la catégorie campagne d'intérêt général pour
le compte d'entreprises privées avec la campagne
"Réduisons le volume" pour Leem au 38^e Grand Prix
de la Communication.



Environnement

Fidèle à ses valeurs d'esprit de conquête, de respect et d'entraide, le Groupe DÉKUPLE poursuit et renforce en 2025 sa feuille de route RSE, dans la continuité de ses engagements passés et en réponse aux grands enjeux sociétaux et environnementaux actuels. Ce premier semestre a été marqué par une série d'initiatives concrètes et structurantes, qui viennent confirmer notre volonté d'agir durablement et collectivement.

► Protéger la forêt et préparer son avenir



Face au changement climatique, DÉKUPLE apporte son soutien aux forêts françaises en étant mécène de l'Office National des Forêts. En forêt de Compiègne (14 500 hectares dans l'Oise, troisième plus grande forêt française), les arbres sont sévèrement touchés et l'ONF affronte une crise sanitaire majeure.

Cette année, le soutien de DÉKUPLE permettra de planter 1 500 arbres et d'engager une concertation avec un comité de naturalistes experts pour redéfinir les priorités de la lutte contre l'érosion de la biodiversité à Compiègne (380 espèces de coléoptères saproxyliques, 58 espèces d'oiseaux, 83 espèces de lichens...).

► Un nouveau bilan carbone pour accélérer la transition

En 2024, nous avons de nouveau évalué l'impact de nos activités en réalisant un bilan carbone. Cela nous permet de mesurer les résultats des actions de réduction mises en place à la suite du 1^{er} bilan carbone et de définir une trajectoire claire pour réduire nos émissions d'ici à 2030.

Les résultats confirment les tendances observées en 2021, sans révéler de bouleversements majeurs. Ils mettent toutefois en lumière des leviers d'actions prioritaires pour accélérer notre décarbonation.

Nous travaillons actuellement à l'élaboration d'un plan d'actions détaillé, avec des objectifs ambitieux à l'horizon 2030, structuré autour des axes suivants :

- Fidélisation responsable : réduire l'impact lié aux primes de fidélisation.
- Communication Numérique : optimiser l'empreinte de nos communications marketing, en adoptant des pratiques plus sobres et en explorant des solutions innovantes.
- Numérique Responsable : intégrer la sobriété numérique au cœur de nos outils et développements, y compris ceux liés à l'intelligence artificielle.
- Écogestes au bureau : sensibiliser les équipes et limiter nos déchets et notre consommation énergétique.

Le bilan carbone et le plan d'action qui en découle sont le fruit d'un engagement collectif et d'une volonté forte de développer nos activités dans le respect de l'environnement dans lequel nous évoluons.





Social

➤ Défi Ma Petite Planète

Ce printemps 2025, notre participation au challenge Ma Petite Planète a été un franc succès. Cette initiative collaborative a mobilisé les équipes autour de l'écoresponsabilité, créant une véritable dynamique collective. Au total, près de 800 défis ont été réalisés, ce qui représente plus de 68 heures de sensibilisation pour nos collaborateurs de Montreuil.

Au-delà des chiffres, ce challenge a été un formidable catalyseur d'échanges et de partage. Il a permis de décloisonner et de souder les équipes autour d'un objectif commun : réduire concrètement notre empreinte écologique par des actions simples et accessibles. C'est la preuve que l'engagement environnemental peut aussi être source de plaisir et de cohésion.



2 255
kg de CO₂eq
évités



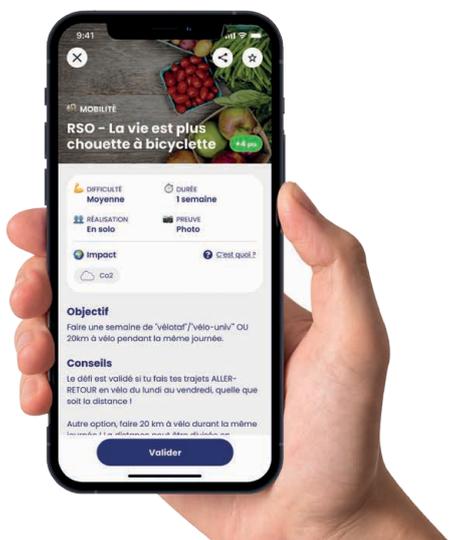
258 670
litres d'eau
économisés



24
kg de déchets
évités



68
heures de
formation



“



Des collaborateurs de différents services et entités ont relevé ensemble les défis

ludiques du challenge Ma Petite Planète. Novice ou engagé, chacun a pu découvrir ou partager joyeusement de bonnes pratiques pour réduire son impact environnemental, parfois même en embarquant sa famille. Ce fut aussi l'occasion de créer du lien entre collègues, autour d'activités conviviales et écoresponsables. Un premier challenge hyper enthousiasmant, qui nécessiterait d'être reconduit à plus grande échelle au sein du Groupe.

EDITH, JOUEUSE ET AMBASSADRICE
LORS DU CHALLENGE MA PETITE PLANÈTE

”



Social

➤ Les Invincibles : un partenariat sportif et solidaire

En 2025, notre partenariat avec le skipper William Mathelin-Moreaux prend une nouvelle dimension. Le Class40 DÉKUPLE devient Les Invincibles, en soutien à l'association du même nom fondée par l'entrepreneur Olivier Goy, atteint de la maladie de Charcot. Ce changement de nom n'est pas symbolique : il incarne la volonté de donner une voix à ceux qui n'en ont plus, et d'accompagner un combat essentiel pour la recherche médicale. Au-delà du sponsoring, nous sensibilisons également nos collaborateurs à cette maladie. Nous avons notamment organisé une conférence avec Olivier Goy, qui est venu partager son parcours et son engagement, un moment fort d'inspiration et de prise de conscience pour l'ensemble du groupe. Derrière cette initiative, une conviction partagée : l'engagement collectif peut changer les choses. William reste notre ambassadeur sur les océans, mais surtout un relais de mobilisation. Ce partenariat n'est pas uniquement sportif, il devient humain et porteur de sens, et renforce le sentiment d'appartenance de nos équipes à un projet collectif inspirant.



➤ La Running Team DÉKUPLE : l'esprit de conquête et de solidarité en mouvement



Au sein du Groupe, la course à pied est bien plus qu'un sport : c'est une façon d'incarner nos valeurs. Avec plus de 103 collaborateurs engagés sur cinq courses en 2025, du Marathon de Paris aux 20 km de Paris, en passant par la Foulée Montreuilloise, la Memorun et l'Ekiden, la Running Team DÉKUPLE illustre à la fois l'esprit de conquête et l'esprit d'équipe. Certains collaborateurs se sont lancés dans le défi ultime : courir et terminer les 42 km du marathon, un exploit individuel qui témoigne de leur détermination et de leur dépassement de soi.

Mais c'est sans doute l'Ekiden de Paris qui incarne le mieux notre ADN collectif. Ce marathon couru en relais à six démontre que la performance se construit ensemble. Cette course a également pris une dimension solidaire, puisque nos foulées ont contribué à soutenir la recherche contre le cancer. Ces initiatives rappellent que le sport, au-delà de la performance, peut être un formidable levier de mobilisation et de solidarité.



Gouvernance

► Talks by DÉKUPLE : le nouveau réseau social interne du Groupe

En février, nous avons lancé **Sociabble**, notre nouveau réseau social d'entreprise. Dans un premier temps, il a été déployé auprès d'un groupe de 200 collaborateurs, avant d'être généralisé à l'ensemble du Groupe à la rentrée 2025.

Véritable levier de communication interne, **Sociabble facilite le partage d'actualités, de réussites et d'initiatives** issues de toutes les entités du Groupe, renforçant ainsi la cohésion et le sentiment d'appartenance.

Au-delà de la circulation de l'information, la plateforme permet de **valoriser les prises de parole des collaborateurs**, d'encourager l'échange de bonnes pratiques et de donner plus de visibilité aux projets collectifs comme individuels.

Enfin, en accompagnant chaque collaborateur dans le développement de son **personal branding**, Sociabble contribue directement à la **valorisation de la marque employeur DÉKUPLE**, en faisant rayonner en externe l'expertise, l'innovation et la culture d'engagement qui nous caractérisent.



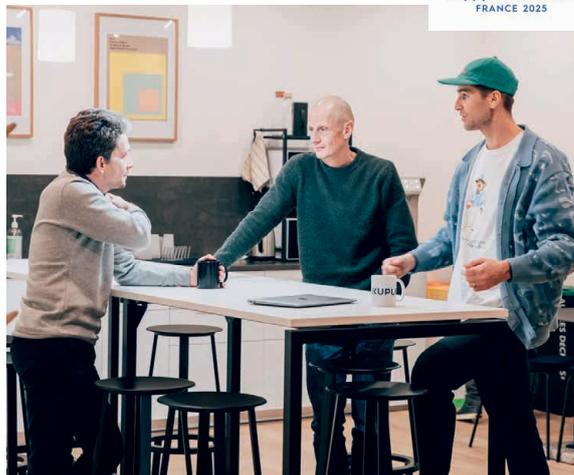
► Certification

HappyIndexAtWork pour Rocket Marketing
Après une première certification en 2022, Rocket Marketing renouvelle cette année sa certification HappyIndex®AtWork, avec un score de 78,2, soit une belle progression de +5,5 points par rapport à 2022.

CERTIFIED



HappyIndex®AtWork
FRANCE 2025







Cahier financier



www.dekuple.com

