

## FORTE CROISSANCE DES RESULTATS EN 2022

- Croissance de + 10,3 % du chiffre d'affaires à 181,2 M€
- Hausse de + 7,5 % de la marge brute à 144,8 M€
- Appréciation de + 3 M€ de l'EBITDA à 23,3 M€, soit 16,1 % de la marge brute
- Progression de + 2,3 M€ du résultat net consolidé à 11,4 M€
- Proposition d'un dividende de 0,88 € par action au titre de l'exercice 2022
- « Ambition 2025 » : devenir un leader européen du data marketing

Paris, le 3 avril 2023 (8h00) – ADLPartner, société mère du Groupe DÉKUPLE, expert du data marketing cross-canal, annonce ses résultats de l'exercice 2022.

Bertrand Laurioz, Président Directeur Général de la société, déclare : « L'année 2022 a été une année pleine d'imprévus, de crises et d'opportunités. La crise de l'énergie, puis la guerre en Ukraine ont impacté le pouvoir d'achat des Français et les modes de consommation ont considérablement évolué en très peu de temps. Certains de nos clients ont été très impactés et ont réduit leurs investissements marketing. En parallèle, la numérisation des entreprises et de leur marketing s'est poursuivie, et nos offres ont continué à évoluer pour permettre à nos clients de s'adapter à ce nouveau contexte. Une fois de plus, notre Groupe cinquantenaire a su s'adapter et faire de 2022 une année de succès.

Malgré les contraintes économiques, nous délivrons des performances financières très solides, en ligne avec nos ambitions. Notre chiffre d'affaires consolidé progresse de + 10,3 % sur l'année, en particulier grâce à la très forte croissance du Marketing Digital qui, avec une augmentation du chiffre d'affaires de + 28 %, représente désormais 52,5 % de notre chiffre d'affaires (contre 45 % en 2021 et 36% en 2020), et à la solidité de nos activités à portefeuille, comme la vente d'abonnements magazine et de polices d'assurance, dans lesquelles nous poursuivons nos investissements.

La croissance de notre chiffre d'affaires et l'optimisation de nos structures opérationnelles nous permettent de dégager en 2022 des niveaux élevés de rentabilité avec un EBITDA en progression de + 15 % à 23,3 M€, qui représente 16,1 % de notre marge brute, et un résultat net consolidé de 11,4 M€, soit 7,9 % de marge nette. Ces bons résultats traduisent, une nouvelle fois, la solidité de notre Groupe et la résilience de notre modèle d'affaires diversifié.

Si la situation économique générale de ce début 2023 reste incertaine, nous continuons la diversification de nos activités, en accélérant nos synergies et en exploitant de nouvelles expertises technologiques complémentaires. Nous continuons ainsi à accroître notre leadership dans le data marketing, comme nous avons pu le faire en 2022 avec l'acquisition de Brainsonic dans le marketing d'engagement ou avec celles de Smart Traffik et de Duhno Marketing dans nos activités d'agences et solutions d'ingénierie marketing. Notre capacité d'innovation accrue contribue à mieux utiliser les nombreuses compétences technologiques du Groupe au service de nos clients et partenaires.

La qualité de notre bilan et l'importance de notre trésorerie nous permettent de poursuivre en confiance notre développement, de façon organique ou par des acquisitions ciblées. En ligne avec notre plan « Ambition 2025 » qui est de devenir un leader du data marketing en Europe, nous sommes parfaitement positionnés pour maintenir notre trajectoire de croissance. Grâce à la mobilisation de nos plus de 1.000 collaborateurs, nous saurons faire de 2023 une nouvelle année de succès. »

## FAITS MARQUANTS

En 2022, le Groupe DÉKUPLE a enregistré une forte croissance de ses activités en dépit d'un environnement géopolitique et économique tendu.

Les activités de Marketing Digital (conseil, agences et solutions d'ingénierie marketing), qui représentent 52,5 % du chiffre d'affaires consolidé, ont confirmé leur dynamique de croissance (+ 28 %). Ce développement s'appuie sur l'expansion de Converteo et de ses activités de Conseil dans un contexte de digitalisation et de datafication des entreprises, et en particulier de leur marketing. Malgré l'impact de la réduction ou du décalage de certaines campagnes, les activités d'Agences et Solutions d'ingénierie marketing ont poursuivi leur renforcement par croissance externe qui s'est traduit au cours de l'exercice par la réalisation de trois opérations : i) la prise de participation majoritaire en septembre 2022 dans Brainsonic, agence de communication leader de l'engagement, ii) la prise de participation majoritaire en décembre 2022 dans Smart Traffik, société technologique de présence management et de mesure du trafic en magasin, et iii) la mise en œuvre d'accords prévoyant en 2023 l'entrée au capital de Duhno Marketing, agence spécialisée en customer marketing BtoC en Chine.

Les activités à portefeuille ont enregistré des performances solides malgré une conjoncture défavorable. L'activité Magazines, en retrait de - 6 %, a été marquée par une forte baisse des rendements des campagnes, en ligne avec les difficultés du secteur de la presse et de baisse du pouvoir d'achat des particuliers. L'activité a poursuivi ses investissements marketing en les adaptant et en les optimisant pour faire face à cette situation, tout en préparant l'avenir grâce à la signature de nouveaux partenariats et au lancement de nouvelles offres. Parallèlement, l'activité Assurances a enregistré une croissance de + 15 %, portée par la pleine intégration des actifs stratégiques de l'AssurTech Qape - KOVERS depuis fin 2021 et le développement de l'offre d'assurance santé.

## RESULTATS

Le chiffre d'affaires consolidé<sup>1</sup> s'établit à 181,2 M€, en croissance de + 10,3 % par rapport à 2021, tandis que la marge brute<sup>2</sup> est en hausse de + 7,5 % à 144,8 M€.

Malgré un contexte d'investissements soutenus avec des efforts de recrutement importants, l'EBITDA retraité<sup>3</sup> s'élève à 23,3 M€, en augmentation de + 3,0 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 16,1 % de la marge brute annuelle.

Le résultat opérationnel s'élève à 17,0 M€, soit 11,8 % de la marge brute contre 11,0 % en 2021. Cette progression s'explique principalement par la progression des résultats des activités de Marketing Digital, la diminution de la perte comptable de l'activité Assurances, et les optimisations des coûts dans l'activité Magazines.

Après prise en compte d'une charge d'impôt en baisse (3,8 M€), le résultat net consolidé atteint 11,4 M€ en 2022, en progression de + 25,1 % par rapport à 2021. Il représente un taux de marge nette de 7,9 %, contre 6,8 % en 2021

Après déduction de la part des minoritaires, le résultat net part du Groupe ressort à 10,9 M€, contre 8,5 M€ en 2021.

Données consolidées - en M€	2020	2021	2022	Variation 2022/2021
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>139,31</b>	<b>164,25</b>	<b>181,25</b>	<b>+ 10,3 %</b>
<b>Marge brute</b>	<b>119,33</b>	<b>134,65</b>	<b>144,78</b>	<b>+ 7,5 %</b>
<b>EBITDA retraité<sup>3</sup></b>	<b>14,65</b>	<b>20,32</b>	<b>23,32</b>	<b>+ 14,7 %</b>
En % MB	12,3%	15,1%	16,1%	
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>9,31</b>	<b>14,82</b>	<b>17,04</b>	<b>+ 15,0 %</b>
En % MB	7,8%	11,0%	11,8%	

<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b> En % MB	<b>6,21</b> 5,2%	<b>9,11</b> 6,8%	<b>11,40</b> 7,9%	<b>+ 25,1 %</b>
<b>Résultat net part du groupe</b> En % MB	<b>6,49</b> 5,4%	<b>8,49</b> 6,3%	<b>10,89</b> 7,5%	<b>+ 28,3 %</b>

## STRUCTURE FINANCIERE

Les capitaux propres consolidés au 31 décembre 2022 s'établissent à 37,3 M€, en progression de + 6,6 M€ par rapport au 31 décembre 2021, tenant compte principalement du résultat de l'exercice (+ 11,4 M€), de la distribution du dividende ordinaire versé en juin 2022 (- 3,5 M€), des variations de périmètre de consolidation (- 1,6 M€) et de l'impact des actions détenues en propre et des attributions gratuites d'actions (+ 0,5 M€).

La trésorerie du Groupe au 31 décembre 2022 ressort à 58,5 M€, contre 42,0 M€ au 31 décembre 2021. La dette financière s'élève à 50,9 M€, contre 20,6 M€ au 31 décembre 2021, et est constituée pour partie des engagements de rachat des participations des minoritaires dans les filiales du groupe. Elle intègre également des emprunts souscrits au cours de l'exercice 2022 pour un montant total de 23 M€ à des taux d'intérêt d'avant crise, ce qui constitue pour le Groupe une réserve utile de liquidités à un coût attractif pour soutenir son développement.

## PERSPECTIVES

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

## DIVIDENDE

Compte tenu des résultats 2022 et des investissements prévus en 2023, le conseil d'administration de la société ADLPartner proposera à l'assemblée générale des actionnaires du 16 juin prochain la distribution d'un dividende de 0,88 euro par action au titre de l'exercice 2022. Ce dividende serait mis en paiement le 23 juin 2023.

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Les comptes sociaux et consolidés 2022 ont été arrêtés le 31 mars 2023 par le conseil d'administration. Les procédures d'audit sur les comptes sociaux et consolidés ont été effectuées par les commissaires aux comptes. Le rapport de certification sera émis après la finalisation des procédures requises pour les besoins de la publication du rapport financier annuel.

## PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- Rapport financier annuel 2022, le 14 avril 2023, après bourse ;
- Chiffre d'affaires du premier trimestre 2023, le 22 mai 2023, avant bourse.

## À propos de DÉKUPLE

Créé en 1972, DÉKUPLE est un acteur majeur du data marketing cross-canal. Le Groupe conçoit, commercialise et met en œuvre, pour son propre compte ou celui de ses partenaires et clients, des services d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution. Ses expertises lui permettent d'accompagner les marques dans leurs besoins marketing mais aussi de créer pour son compte des portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Le Groupe travaille aujourd'hui avec 2/3 des entreprises du CAC 40 et de nombreuses ETI.

DÉKUPLE a réalisé 181,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Présent en France, en Espagne, au Portugal et en Chine, le Groupe emploie plus de 1.000 personnes.  
DÉKUPLE est la marque commerciale d'ADLPartner Société Anonyme à conseil d'administration cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C.  
Code ISIN : FR0000062978 - DKUPL  
[www.dekuple.com](http://www.dekuple.com)

## Contacts

### DÉKUPLE

Relations Investisseurs & Information financière  
tel : +33 1 41 58 72 03 - [relations.investisseurs@dekuple.com](mailto:relations.investisseurs@dekuple.com)

### CALYPTUS

Cyril Combe - tel : +33 1 53 65 68 68 - [dekuple@calyptus.net](mailto:dekuple@calyptus.net)

---

<sup>1</sup> Le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut français 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, puisqu'il déduit du montant des ventes encaissées le coût des magazines vendus. Pour les commissions d'acquisition et de gestion relevant de la vente de contrats d'assurance, le chiffre d'affaires comprend les commissions émises et à émettre, acquises à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation.

<sup>2</sup> En ce qui concerne, les activités de marketing digital, la marge brute représente l'ensemble du chiffre d'affaires (total des factures émises : honoraires, commissions et achats refacturés aux clients) diminués de l'ensemble des coûts d'achat extérieurs effectués pour le compte des clients. Elle est égale au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités magazines et assurances.

<sup>3</sup> L'EBITDA (résultat opérationnel courant avant dotation aux amortissements, impôts et taxes) est retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers.