

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2022

**Chiffre d'affaires trimestriel en hausse de 22 % à 45,9 M€
Forte croissance des activités de marketing digital : + 53 %**

Paris, le 30 mai 2022 (8h00) - Le Groupe DÉKUPLE, expert du data marketing cross-canal, publie ce jour son chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2022.

Bertrand Laurioz, Président Directeur Général déclare : « Dans la continuité d'un exercice 2021 de forte croissance (+18 %) et de profitabilité, le Groupe DÉKUPLE poursuit sa dynamique de développement avec un chiffre d'affaires en progression de 22 % au premier trimestre 2022.

L'essentiel de la croissance est tracté par l'expansion des offres de Marketing Digital, en hausse de 53 % par rapport au premier trimestre 2021 et qui représentent désormais la moitié du chiffre d'affaires réalisé par le Groupe. Soutenue par la forte croissance organique de nos activités de conseil et l'élargissement du périmètre de nos offres d'ingénierie data marketing, cette dynamique qui devrait se poursuivre, témoigne du succès des efforts menés par DÉKUPLE pour soutenir le développement de ses offres à très fort potentiel.

Les activités à portefeuille sont solides et demeurent fondamentalement bien maîtrisées. Dans l'activité Magazines, la baisse des rendements des investissements commerciaux est compensée par la hausse des prix des éditeurs de presse. Dans l'activité Assurances, la croissance s'intensifie avec des ventes en hausse de 27 %, animée par l'extension de l'offre produits et l'intégration des actifs stratégiques de l'AssurTech Qape.

Nos performances sur ce trimestre démontrent la résilience de DÉKUPLE face aux incertitudes économiques actuelles et nous sommes confiants dans notre capacité à réaliser, en 2022, une nouvelle année de forte croissance.

Fidèles à notre plan stratégique « Ambition 2025 » et grâce à la mobilisation continue de nos équipes, nous poursuivons notre stratégie d'innovation et d'investissement, par croissance organique ou par croissance externe, pour faire de DÉKUPLE un leader du data marketing en Europe. »

CHIFFRES CLES DU TRIMESTRE

Le Groupe DÉKUPLE enregistre au premier trimestre 2022 une croissance solide de ses activités avec un chiffre d'affaires¹ de 45,9 M€ en croissance de 21,6 %. La marge brute² du Groupe s'établit à 36,7 M€ et progresse de 14,1 % par rapport à l'année précédente.

Par groupe d'activités, l'évolution du **chiffre d'affaires** du Groupe est la suivante :

En M€	T1 2022	T1 2021	Variation
Magazines	20,7	21,0	-1,7 %
Marketing digital	23,2	15,1	+53,3 %
Assurances	2,1	1,6	+26,7 %
Chiffre d'affaires	45,9	37,8	+21,6 %

Par zone géographique, l'évolution du **chiffre d'affaires** et la suivante :

En M€	T1 2022	T1 2021	Variation
France	40,8	33,9	+20,1 %
Espagne	5,2	3,8	+34,8 %
Chiffre d'affaires	45,9	37,8	+21,6 %

Par groupe d'activités, l'évolution de la **marge brute** du Groupe est la suivante :

En M€	T1 2022	T1 2021	Variation
Magazines	20,7	21,0	-1,7 %
Marketing Digital	13,9	9,5	+47,2 %
Assurances	2,1	1,6	+26,7 %
Marge brute	36,7	32,1	+14,1 %

MAGAZINES : STABILITE DES VENTES

La marge brute de l'offre Magazines est globalement stable par rapport à un premier trimestre 2021 qui avait été dynamique (les ventes d'abonnements à durée libre avaient progressé de 7,7 %), tandis que le Volume d'Affaires Brut³ de l'offre s'établit à 54,8 M€ en baisse de 3,3 %. La hausse des prix éditeurs permet de compenser partiellement la baisse des recrutements sur les nouvelles campagnes commerciales qui se traduit au 31 mars 2022 par une érosion de -8 % du portefeuille d'abonnements actifs à durée libre à 2 434 milliers d'unités.

En milliers d'unités	31 mars 2022	31 mars 2021	Variation
Abonnements actifs à durée libre	2 434	2 646	-8,0 %

MARKETING DIGITAL : FORT DYNAMISME EN CONSEIL ET EXTENSION DU PERIMETRE EN INGENIERIE

Les activités de Marketing Digital maintiennent une forte dynamique de croissance avec une marge brute de 13,9 M€ en progression de 47 % par rapport au premier trimestre 2021.

La marge brute des offres de conseil (9,2 M€) est en croissance de 43 %, traduisant le vif succès des expertises en stratégie data et digital de Converteo, dont les effectifs continuent de croître fortement et dont l'organisation se simplifie pour accompagner l'accélération du développement de ses trois pratiques principales (Data x Business Consulting, Analytics x Digital products, Media x CRM).

La marge brute des offres d'Ingénierie Marketing en France (3,7 M€) progresse de 75 % tenant compte d'un effet de périmètre de 1,5 M€ lié à l'intégration depuis le troisième trimestre 2021 de la société Reech (expert du Marketing d'Influence). A périmètre constant, les activités sont globalement stables, la sortie de crise sanitaire et la conjoncture économique incertaine ne permettant pas encore de renouer avec la croissance du développement commercial.

La marge brute des offres de services marketing en Espagne (1,1 M€) est en hausse de 13 % compte tenu de l'augmentation des opérations commerciales.

Marge brute - En M€	T1 2022	T1 2021	Variation
Conseil - France	9,2	6,4	+43,2 %
Ingénierie Marketing - France	3,7	2,1	+75,0 %
Services Marketing - Espagne	1,1	1,0	+13,3 %
Marge brute Marketing Digital	13,9	9,5	+47,2 %

ASSURANCES : CROISSANCE RENFORCEE

La marge brute de la filiale ADLP Assurances, spécialisée dans le courtage d'assurances affinitaires par marketing direct, s'établit à 2,1 M€, en progression de 27 %. La croissance s'appuie sur le développement du portefeuille d'assurés et la diversification de l'offre produits, en particulier dans le domaine des complémentaires Santé avec l'intégration depuis fin 2021 des actifs technologiques de QAPE, une AssurTech qui permet de concevoir, distribuer et déployer des solutions innovantes en assurance santé, et des actifs de sa complémentaire santé KOVERS, labellisée "Assurance Santé Ethique".

PERSPECTIVES

Conformément à « Ambition 2025 », le Groupe DÉKUPLE maintient le cap de sa stratégie d'expansion visant à devenir un leader européen du data marketing. Les solides ressources financières du Groupe lui permettent notamment de soutenir une croissance offensive dans le marketing digital afin d'y renforcer ses positions, tout en poursuivant ses investissements commerciaux dans ses activités à portefeuille génératrices de revenus récurrents.

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 164,3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021. Présent en France, en Espagne et au Portugal, le Groupe emploie plus de 700 personnes.

DÉKUPLE est cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C.

Code ISIN : FR0000062978 - DKUPL

www.dekuple.com

Contacts

DÉKUPLE

Relations Investisseurs & Information financière

tel : +33 1 41 58 72 03 - relations.investisseurs@dekuple.com

CALYPTUS

Cyril Combe - tel : +33 1 53 65 68 68 - dekuple@calyptus.net

¹ 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.

² 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.

³ Le volume d'affaires brut représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés. Il est égal au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités d'assurances.