

ADLPartner / ADLPerformance
CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{er} SEMESTRE 2021 : 75,5 M€ (+16,4 %)
FORTE CROISSANCE DU MARKETING DIGITAL : 30,9M€ (+40,7%)

Après avoir enregistré une progression solide de ses ventes au premier trimestre 2021, le Groupe ADLPerformance a accéléré sa croissance au deuxième trimestre 2021, réalisant un chiffre d'affaires¹ de 37,7 M€ en progression de + 29,1 % par rapport au deuxième trimestre 2020 et de + 12,9 % par rapport au deuxième trimestre 2019 avant la crise sanitaire.

À l'issue du premier semestre 2021, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe ADLPerformance s'établit à 75,5 M€ en progression de + 16,4 % par rapport au premier semestre 2020, et de + 12,9 % par rapport au premier semestre 2019. Le Volume d'Affaires Brut² ressort à 151,2 M€ en hausse de + 10,7 % par rapport au premier semestre 2020. La marge brute³ du Groupe s'établit à 63,9 M€, en croissance de + 12,0 %.

Les activités de Marketing Digital tirent parti de la dynamique de conquête commerciale en Conseil dans un contexte d'investissements des entreprises dans la data, ainsi que de l'extension du périmètre des services marketing. La part des activités de Marketing Digital dans la marge brute du Groupe atteint 30 % à fin juin 2021 contre 25 % à fin juin 2020.

Les activités à portefeuille confirment la solidité de leur développement. Le chiffre d'affaires de l'activité Magazines, en dépit d'une base de comparaison obérée par l'arrêt de la commercialisation des offres sous la marque France Abonnements, est en croissance au premier semestre 2021, signe de l'évolution favorable du modèle vers les ventes en partenariat. Les activités Assurances poursuivent leur trajectoire de croissance maîtrisée, confortée par l'extension du mix-produit.

Chiffres clés du semestre

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

En M€	S1 2021	S1 2020	Variation
Chiffre d'affaires	75,5	64,8	+16,4 %
Magazines	41,3	40,3	+2,7 %
Marketing Digital	30,9	21,9	+40,7 %
Assurances	3,2	2,6	+24,5 %

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

En M€	S1 2021	S1 2020	Variation
Chiffre d'affaires	75,5	64,8	+16,4 %
France	67,8	59,7	+13,5 %
Espagne	7,7	5,1	+51,2 %

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

En M€	S1 2021	S1 2020	Variation
Marge brute	63,9	57,1	+12,0 %
Magazines	41,3	40,3	+2,7 %
Marketing Digital	19,3	14,2	+36,2 %
Assurances	3,2	2,6	+24,5 %

Magazines : croissance solide

La marge brute de l'offre Magazines progresse de 2,7 % à 41,3 M€. Hors impact de l'arrêt de la commercialisation des offres sous la marque France Abonnements au premier semestre 2020 (2,6 M€), la marge brute est en croissance de 9,8 % en comparaison d'un premier semestre 2020 affecté par la crise sanitaire. La solidité des campagnes de prospection en partenariat tout au long de l'exercice permet d'enregistrer une légère hausse du portefeuille d'abonnements actifs à durée libre au 30 juin 2021.

En milliers d'unités	30 juin 2021	30 juin 2020	Variation
Abonnements actifs à durée libre	2 647	2 621	+1,0 %

Marketing Digital : dynamique de forte croissance

La marge brute des activités de Marketing Digital progresse de 36,2 % à 19,3 M€.

Les offres de conseil (12,7 M€ ; + 39 %) maintiennent une forte croissance portée par l'expansion de la filiale Convertéo, acteur de référence du conseil en stratégie data et digital, et le développement de ses équipes de plus de 200 consultants pour répondre aux attentes d'un marché très porteur.

Les offres de services marketing en France (4,4 M€ ; + 51 %) progressent essentiellement en raison de l'intégration depuis le second semestre 2020 de la société AWE (agence de marketing digital BtoB) et des actifs de Pschhh (agence de planning stratégique et de création) qui contribuent à hauteur de 2,1 M€ à la marge brute semestrielle. Hors nouvelles acquisitions, l'activité commerciale a été ralentie sur le semestre du fait des suites de la crise sanitaire et de l'attentisme des donneurs d'ordres.

Les offres de services marketing en Espagne (2,2 M€ ; + 5 %) se redressent avec un rythme d'opérations plus soutenu depuis le deuxième trimestre 2021.

Marge brute – en M€	S1 2021	S1 2020	Variation
Conseil - France	12,7	9,2	+38,7 %
Services marketing - France	4,4	2,9	+51,0 %
Services marketing - Espagne	2,2	2,1	+4,9 %
Total Marketing Digital	19,3	14,2	+36,2 %

Assurances : croissance maîtrisée

La marge brute de la filiale ADLP Assurances, spécialisée dans le courtage d'assurances par marketing direct, progresse de 25 % à 3,2 M€, grâce à la croissance du portefeuille d'assurés et à l'émergence des ventes de complémentaires Santé depuis la fin 2020.

Perspectives

Le Groupe optimise ses investissements commerciaux dans ses activités magazines et assurances afin de renforcer ses portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Parallèlement, ses importantes ressources financières lui permettent de mener une stratégie offensive de croissance externe afin de renforcer

durablement sa place d'acteur majeur du marketing digital en Europe. Confiant dans ses perspectives, le Groupe ADLPerformance a pour ambition de devenir un leader européen du data marketing à l'horizon 2025.

ADLPartner / ADLPerformance en bref

Acteur historique du marketing cross-canal avec de fortes expertises en data, le Groupe ADLPerformance 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 clients sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec 2/3 des entreprises du CAC 40 et de nombreuses ETI. Le Groupe a réalisé 139 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020 et emploie plus de 600 personnes.

ADLPartner est cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C.
Codes ISIN : FR0000062978–ALP - Bloomberg : ALP:FP – Reuters : ALDP.PA

www.adlperformance.com

CONTACTS

ADLPartner / ADLPerformance

Relations Investisseurs & Information financière
tel : +33 1 41 58 72 03
relations.investisseurs@adlpartner.fr

Calyptus

Cyril Combe
tel : +33 1 53 65 68 68
adlpartner@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 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.

³ 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.