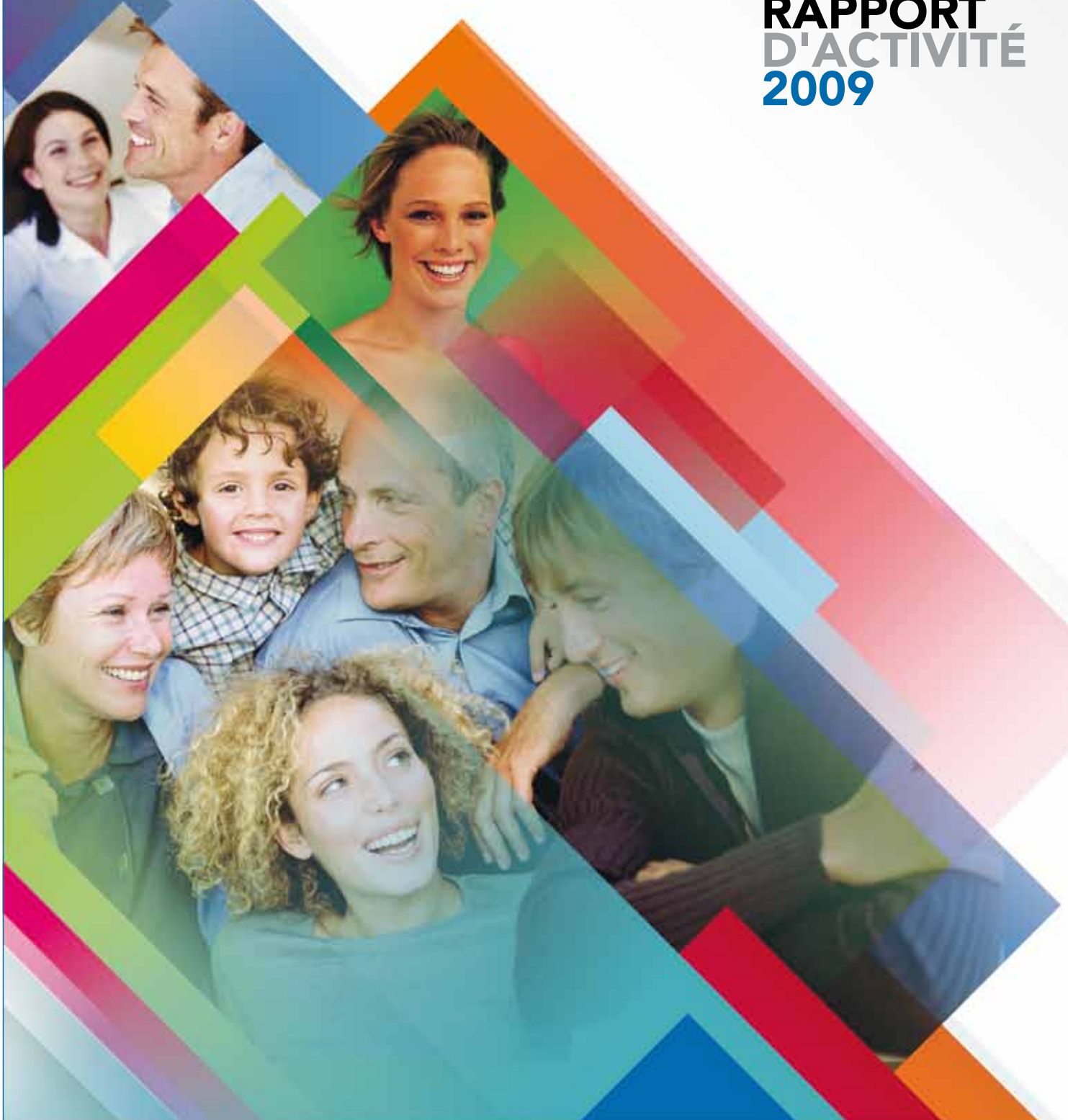


**ADLP**artner   
Marketing de fidélisation

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2009



# MESSAGE DU PRÉSIDENT

Mesdames, Messieurs,  
Chers Actionnaires,

Les résultats 2009 démontrent la solidité et la réactivité de notre Groupe dans une conjoncture économique profondément dégradée. L'ensemble des indicateurs financiers confirmer la bonne santé du Groupe, la progression de l'activité et la bonne tenue de nos résultats traduisant la bonne maîtrise de notre développement.

En France, nous avons poursuivi notre progression en intensifiant nos investissements commerciaux. Cette dynamique, portée par l'ensemble des offres, se traduit par une croissance du Volume d'Affaires Brut de 7,8 % et de 4,8 % du chiffre d'affaires. Notre développement commercial s'est notamment traduit par une valorisation accrue des savoir-faire marketing et leurs déclinaisons sur les différents canaux de distribution ; la diversification des approches commerciales en particulier sur Internet enregistre des progrès significatifs, que cela soit en partenariat ou sur nos activités en compte propre. Dans ce domaine, notre savoir-faire promotionnel s'est également exprimé à

travers la mise au point d'opérations B to B sur Internet, destinées à qualifier ou recruter une clientèle grand public, pour des produits et services variés.

Concernant l'OFUP, au regard des résultats obtenus et des perspectives envisageables, la décision a été prise en fin d'année de mettre fin à la distribution par réseau et de concentrer les activités sur les seuls canaux du marketing direct et Internet en s'appuyant sur le savoir-faire éprouvé des équipes d'ADLPartner. Cette action nous permet en outre de conserver l'intérêt que représente la clientèle des étudiants et plus généralement du personnel de l'Education Nationale.

A l'international, la rationalisation des activités et notre recentrage sur les marchés les plus porteurs s'est poursuivi. Notamment en Allemagne, où compte tenu de la situation et de l'évolution prévisible de la vente à distance, ADLPartner a décidé de mettre fin aux investissements commerciaux dans sa filiale Abo Service International.

Parallèlement, en Espagne, notre dynamisme commercial et nos efforts continus ont permis d'améliorer la rentabilité avec des performances 2009 encourageantes, nous donnant confiance en l'avenir de cette filiale.

Au final, l'exercice 2009 se traduit par une croissance importante du volume d'affaires et du chiffre d'affaires qui progressent respectivement de 7,9 % à 278,8 M€ et de 5,1 % à 119,8 M€. La rentabilité est également au rendez-vous ; le résultat opérationnel résiste favorablement pour s'établir à un niveau solide de 10,8 M€ et le résultat net (part du Groupe) est, pour sa part, en hausse de 26 % à 4,4 M€.

En amélioration de 17,5 % à 24,3 M€, la trésorerie du Groupe (nette de dettes financières) permet d'apprécier la solidité de nos comptes en reflétant la qualité d'un bilan sain et équilibré. Cette robustesse est portée également par la tenue favorable de notre Actif Net Réévalué. Sur la base des capitaux propres et de la valeur audité du

portefeuille à durée libre actifs (part du Groupe), celui-ci augmente sensiblement de 6,3 % par rapport à 2008 pour atteindre 24,5€ par action (hors auto-détention).

L'environnement économique encore convalescent nous impose de rester prudents, mais nous abordons l'année 2010 avec détermination et confiance. La solidité de notre bilan nous permettant de mieux résister aux fluctuations du marché, nous ne relâchons pas nos efforts et nous maintenons le cap sur notre objectif long terme de développement de la valeur.

Nos résultats passés justifient notre confiance en l'avenir. C'est pourquoi, le Directoire a décidé de soumettre à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 11 juin 2010 le versement d'un dividende de 0,25€ par action.

Nous nous fixons des objectifs exigeants dans la durée afin de rendre notre modèle économique toujours plus efficace, ancré sur des bases tout à la fois durables et rentables. La qualité de nos savoir-faire, l'efficacité de nos équipes, l'attention que nous portons à la qualité de nos services continueront à assurer un développement équilibré. Fidèles à ces valeurs, nous poursuivons avec régularité nos axes stratégiques en nous appuyant sur des

fondamentaux structurellement solides, comme l'illustrent la récurrence de notre portefeuille d'abonnements actifs et l'importance de nos moyens financiers.

Cette politique prend désormais une nouvelle dimension avec un engagement volontariste dans une démarche de développement durable. Privilégiant les trois principes fondamentaux que sont la gouvernance et son impact économique, la responsabilité sociale et citoyenne et la responsabilité environnementale, notre volonté est de répondre pleinement aux attentes croissantes de la société civile. Dans cette perspective, ADLPartner publie en 2010 son premier rapport sur le développement durable ; il expose l'approche du Groupe en matière d'activités soucieuses de l'environnement et présente un premier compte rendu de nos responsabilités et des résultats obtenus dans ce domaine. Il explique également comment nous gérons les contraintes liées au développement durable dans le cadre de nos activités.

Nous disposons des moyens nécessaires pour délivrer de manière durable une croissance rentable afin de créer de la valeur pour nos actionnaires, nos partenaires et nos salariés que je tiens à remercier ici pour leur fidélité.

Jean-Marie Vigneron  
Président du Directoire



*“Nous nous fixons des objectifs exigeants dans la durée afin de rendre notre modèle économique toujours plus efficace.”*

# 2009, LA POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT



## Faits Marquants :

L'année 2009 a été marquée par la poursuite du développement. Malgré une conjoncture économique difficile, ADLPartner a fait preuve de résistance et déployé des efforts en matières d'investissements commerciaux, de valorisation de savoir-faire marketing, et d'optimisation des activités.

En France, ADLPartner continue d'établir les conditions d'une croissance récurrente grâce à l'intensification des investissements commerciaux en ADL. Dans ce contexte, 2009 se caractérise notamment par l'accroissement de l'offre sur les séries/collections et la montée en régime des opérations internet. Ces mouvements se traduisent par un renforcement du portefeuille d'abonnements actifs qui progresse de 8 % par rapport à 2008. La valorisation du savoir-faire marketing s'est également poursuivie : croissance des ventes LOAV en volume de 6,9 %, expansion soutenue du e-commerce en croissance de +24 % et fort développement des services e-data dont les revenus ont progressé de 51 % en 2009.

Sur le plan organisationnel, la fin de l'année 2009 s'est accompagnée du redéploiement des activités de l'OFUP sur les canaux du marketing direct et Internet en prenant appui sur le savoir-faire éprouvé des équipes d'ADLPartner en la matière.

A l'international, ADLPartner s'est engagée dans une rationalisation de ses activités qui l'amène aujourd'hui à se concentrer principalement sur l'Espagne. Fidèle à sa stratégie, elle y poursuit une politique de sélectivité dans les investissements afin d'y exploiter le potentiel prometteur de développement.

En Allemagne, compte tenu de la situation et de l'évolution prévisible du marché de la vente à distance, ADLPartner a décidé de mettre fin aux investissements commerciaux et de réduire ses opérations dans sa filiale allemande, Abo Service International.



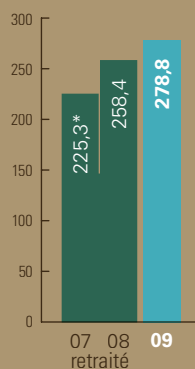
PLUS DE  
**30 ANS**  
d'expérience

PLUS DE  
**130 M**  
de contacts initiés  
chaque année

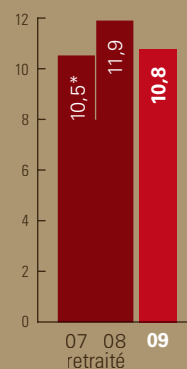
**3,4 M**  
de commandes  
par an

**3,1 M**  
d'abonnements  
actifs en 2009

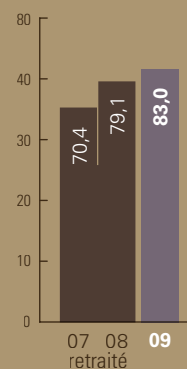
VOLUME D'AFFAIRES BRUT  
en millions d'euros



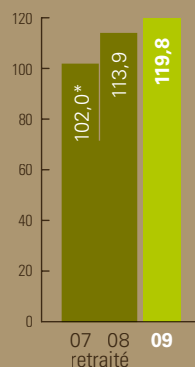
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL  
en millions d'euros



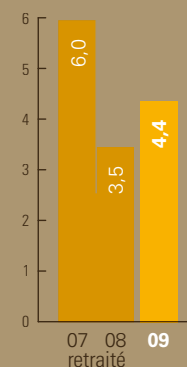
VALEUR DU PORTEFEUILLE  
en millions d'euros



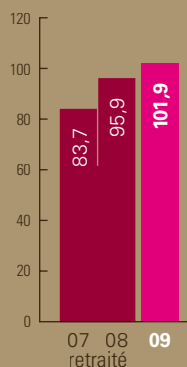
CHIFFRE D'AFFAIRES  
en millions d'euros



RÉSULTAT NET (PART DU GROUPE)  
en millions d'euros



ACTIF NET RÉÉVALUÉ  
en millions d'euros



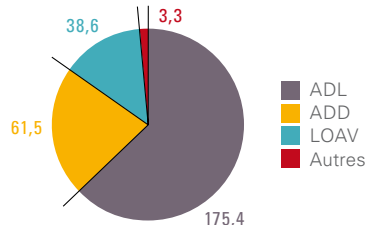
\*données 2007 retraitées non auditées par les Commissaires aux comptes

## VAB vs CA

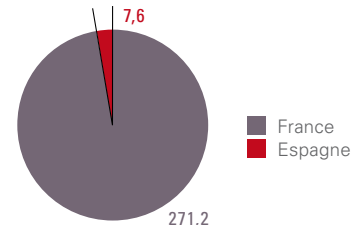
Le Volume d'Affaires Brut (VAB) représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés, alors que le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut de commissionnaire de presse pour les ventes d'abonnement) ne tient compte que du montant de la rémunération versée par les éditeurs de presse : dans le cas des ventes d'abonnement, 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.

## Répartition du volume d'affaires brut

Par type de produits



Par zones géographiques et filiales



# UN EXPERT DU MARKETING DIRECT

Expert du marketing direct, ADLPartner conçoit, commercialise et met en œuvre des services de recrutement, d'animation et de fidélisation de clientèle pour son compte propre ou celui de ses grands partenaires.



## La valorisation du savoir-faire dans l'e-commerce

En se basant sur son savoir faire reconnu dans les domaines du Marketing Direct, ADLPartner a tout naturellement développé ses expertises au service des e-marchands pour les accompagner dans l'optimisation de l'expérience client. Multispécialiste par conviction, ADLPartner a ainsi créé de nouvelles offres basées sur sa formule d'abonnement à durée libre, véritables solutions clés en main en marque blanche qui permettent aux grands acteurs de l'e-commerce d'assurer un suivi qualitatif de la relation avec les clients. LaRedoute.fr, Showroomprive.fr, Verbaudet.fr ou Pixmania.com ont retenu ce dispositif qui permet d'augmenter l'attractivité de leur offre en dynamisant le nombre de références sur leur site.

**D**epuis près de 30 ans, ADLPartner a développé son concept autour de deux expertises clés : l'expérience du monde de la presse magazine et la maîtrise des techniques marketing de communication et de promotion. En nom propre ou aux couleurs de ses partenaires, le groupe met au point des savoir-faire spécifiques aux multiples déclinaisons :

### - *L'animation et la fidélisation de clients particuliers :*

Détenteurs de bases de clients importantes, les partenaires commerciaux d'ADLPartner s'appuient sur l'expertise du groupe pour l'élaboration et l'implémentation de solutions innovantes d'animation et de fidélisation. Au-delà d'offrir une solution sur-mesure et intégrée de relation client, ADLPartner crée de la valeur ajoutée en générant des données marketing et CRM compilées et analysées pour le compte des partenaires.

### - *Le recrutement d'abonnés pour la Presse magazine :*

A travers la maîtrise de diverses techniques promotionnelles, ADLPartner

assure le recrutement de nouveaux abonnés de toutes « catégories socioprofessionnelles » pour le compte d'éditeurs de presse magazine.

ADLPartner s'impose aujourd'hui comme la référence européenne du marketing direct par abonnement presse.

## Une large gamme de propositions

Fort de son savoir-faire enrichi en permanence, ADLPartner apporte des solutions pertinentes et efficaces aux entreprises qui souhaitent optimiser leurs relations clients et ainsi répondre aux enjeux de conquête, de fidélisation et de valorisation des fichiers clients. L'activité de la société est ventilée autour de trois catégories d'offres :

### Abonnement à Durée Déterminée (ADD)

Métier historique du groupe, l'abonnement à durée déterminée (ADD), diffusé sous la marque France Abonnements, propose une large gamme de magazines et de journaux à des tarifs fortement réduits, pour une durée fixe,

*“ADLPartner améliore en permanence l'attractivité des offres afin de perfectionner les techniques marketing et renforcer la croissance de son activité.”*



généralement de douze mois. A l'issue du premier abonnement, le client reçoit de l'éditeur une proposition commerciale par courrier lui proposant le renouvellement de son abonnement.

#### Abonnement à Durée Libre (ADL)

Opéré principalement en partenariat, le recrutement d'abonnements à durée libre (ADL) s'accompagne d'un dispositif de prélèvements selon des rythmes déterminés, chaque abonnement étant tacitement reconduit chaque mois.

ADLPartner capitalise sur une expertise distinctive en marketing direct, adaptée à l'ensemble des canaux de distribution pour animer et fidéliser les listes clients de ses partenaires. Cette offre donne accès à des promotions importantes sur les abonnements et permet également de participer à des tirages au sort exclusifs. Elle enregistre une évolution favorable avec le développement encourageant des ventes sur de nouveaux canaux (ventes en ligne et télémarketing).

#### Livres – Objets – Audio – Vidéo (LOAV)

Il s'agit d'un service de vente à distance de produits à caractère culturel (livres, audio et vidéo) ainsi que d'articles utilitaires centrés autour des thèmes de la santé, du bien-être et des loisirs.

#### Une présence sur l'ensemble des canaux de distribution

ADLPartner déploie son savoir-faire en marketing direct pour proposer des solutions sur-mesure sur l'ensemble des canaux offline et online. Tout en renforçant l'attractivité des offres, cette présence multicanal contribue à l'amélioration des performances commerciales du Groupe et à l'élargissement du spectre de partenariats.

Les équipes d'experts d'ADLPartner assurent le pilotage et la gestion de programmes complets de fidélisation, VAD, e-commerce, abonnement, animation de clientèle... en combinant des capacités industrielles et technologiques de premier plan et en s'appuyant sur un modèle de management exigeant, une gestion des coûts rigoureuse, une culture de la qualité et une forte réactivité pour garantir l'efficacité totale des techniques marketing.

### Une expertise aux multiples déclinaisons



# L'EXPANSION ET LA VALORISATION DU SAVOIR-FAIRE

Dans un environnement de marché en mutation, ADLPartner met en œuvre une stratégie d'expansion et de valorisation de son savoir-faire marketing afin d'exploiter au mieux ses atouts et ses compétences fondamentales. S'appuyant sur la solidité de son modèle économique, ADLPartner a pour ambition d'améliorer son profil de rentabilité dans la durée.

## De solides atouts

1

### Une expertise distinctive en matière de marketing direct

- Fidélisation, acquisition, enrichissement, activation et monétisation de bases de clients sur tous les médias
- Un savoir-faire décliné et applicable à d'autres produits et services

2

### La qualité des fichiers de clients actifs

- En propre : un fichier supérieur à 4 millions d'adresses
- En partenariat : un accès à plusieurs millions de clients

3

### Un lien étroit avec les plus grands éditeurs de presse

- 120 éditeurs, plus de 350 titres

4

### Une récurrence importante du portefeuille d'abonnements

**L**e développement d'ADLPartner s'inscrit dans une perspective à moyen et long terme, et s'appuie sur des fondamentaux structurellement solides et des moyens financiers importants. Dans un contexte économique difficile, l'accent est mis sur l'amélioration de l'attractivité de l'offre et la segmentation des approches pour dynamiser les ventes. Ces lignes de force doivent permettre de consolider les positions en France et de renforcer le potentiel à l'international en privilégiant la rentabilité économique.

### Le perfectionnement de l'attractivité de l'offre

Dans un contexte de marché de la presse en forte évolution, ADLPartner entend proposer aux éditeurs davantage de solutions pour soutenir leurs diffusions ; le Groupe engage ainsi des développements afin d'adapter ses techniques de vente aux nouvelles technologies. Cette politique commerciale mise en place depuis quelques mois montre des signes intéressants.

Par ailleurs dans le cadre de ses investissements en R&D, ADLPartner est particulièrement dynamique en maintenant un effort constant d'innovations marketing, qui se traduit par une évolution permanente des propositions tout en

recherchant et testant des opportunités de valorisation de son expertise à de nouveaux canaux, de nouveaux clients et de nouveaux produits.

### Le renforcement des techniques marketing

Les métiers du marketing direct sont en évolution permanente. Pour faire face aux nouveaux enjeux et être à la pointe de la compétence, ADLPartner perfectionne ses techniques afin de renforcer le potentiel de croissance de ses activités. En complément des actions commerciales effectuées sous forme de mailings et d'encarts, la société intensifie depuis plusieurs années la prospection par télémarketing et sur les nouveaux médias, et élabore de nouveaux marketing mix ainsi que de nouvelles techniques de sollicitations des clients et prospects. Ce perfectionnement des techniques marketing contribue dans la durée à optimiser les campagnes multi-canal grâce à la maîtrise de réseaux de distribution élargis et combinés.

ADLPartner est ainsi de plus en plus actif sur les canaux on-line (Internet, téléphone sans oublier les réseaux sociaux). Plus de 20 % des abonnements en ADL sont recrutés aujourd'hui sur ces canaux. Axes majeurs du développement futur, le Groupe conforte ses méthodologies de





recrutement d'adresses électroniques, en s'appuyant notamment sur l'organisation de loteries ; il encourage parallèlement le déploiement des ventes en ligne aussi bien sur les sites ad hoc des partenaires que le Groupe anime, que sur ses sites en propre (« france-abonnements.fr », « plusdemags.com » ou « onekiosk.com »).

D'autres actions sont progressivement mises en œuvre comme le déploiement croissant des offres de marketing solution (e-data), qui permettent d'accroître la performance des programmes relationnels en captant une connaissance à forte valeur ajoutée du profil des clients. A titre d'exemple, il s'agit de la mise en pratique des techniques commerciales et marketing du groupe pour réanimer des fichiers devenus inactifs.

### La consolidation des positions commerciales en France et un développement ciblé à l'international

En France, ADLPartner entend conforter sa dynamique commerciale en capitalisant sur l'amélioration permanente de son offre, la diversification croissante des canaux de distribution et l'extension des partenariats existants. Cette politique s'accompagne du développement et de l'approfondissement de la qualification de la base de données en propre.

A l'international, ADLPartner rationalise son développement sur les marchés les plus rentables. En Allemagne, depuis l'arrêt des opérations fin 2009, ADLPartner a choisi d'exploiter à minima le portefeuille existant.

En Espagne, ADLPartner met l'accent sur le développement des partenariats et la montée en régime des opérations de marketing solutions, notamment les services de réactivation de base de données.

### L'identification de possibles opportunités de croissance externe

Afin de renforcer son dynamisme, le Groupe reste ouvert à de nouvelles opportunités de développement transversal et horizontal dans le but d'acquiescer et développer de nouvelles offres sur de nouveaux canaux, si celles-ci contribuent au renforcement de la croissance de la rentabilité. La qualité de la situation financière d'ADLPartner autorise pareille ambition.

## L'actif net réévalué

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre est calculée par l'actualisation des revenus nets futurs que génèrent les abonnements tout au long de leur durée de vie. La courbe de vie des abonnements recrutés par une opération promotionnelle permet de déterminer, avec une grande fiabilité, 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, donne la valeur de cette quantité d'abonnements.

La valeur globale du portefeuille d'abonnements détenus est ainsi déterminée par la somme de toutes les valeurs attachées à l'ensemble des opérations.

La valeur du portefeuille d'abonnements est corrigée de l'impôt latent. La valeur du portefeuille, ajoutée aux capitaux propres consolidés, donne alors l'actif net réévalué.

## Une relation de confiance avec des marques et des clients à forte notoriété

### Banques



### Distribution



### Services



### Vente à distance



# LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DE L'ACTION

ADLPartner s'engage dans une démarche de progrès et s'investit au quotidien dans une politique visant à assurer et améliorer la protection de l'environnement ainsi qu'à faire évoluer efficacement sa politique de ressources humaines articulée autour des talents de ses équipes et d'une démarche de dialogue.

## Une organisation responsable

ADLPartner met en œuvre une politique de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) répondant à la fois aux exigences légales et à ses aspirations propres pour un développement pérenne de ses activités. Concilier développement et respect de l'environnement, favoriser l'épanouissement des collaborateurs et le développement des talents sont des enjeux qui animent ADLPartner.

Pour structurer cette démarche et assurer la transparence des actions menées, la Direction a mis en place un système de management environnemental répondant à l'ensemble des exigences de la norme ISO 14001, récemment obtenue.

Cet engagement, qui repose sur une implication forte de toutes les parties prenantes, a pour objectif principal de réduire la consommation d'énergie, préserver les ressources naturelles, prévenir les risques de pollution. Il se traduit par l'implication des fournisseurs et prestataires dans une démarche permanente de progrès et de respect de la réglementation environnementale.

## Un acteur de progrès social

ADLPartner a choisi de développer une culture basée sur la créativité et l'esprit d'équipe, sur la confiance et l'esprit de

responsabilité. La Direction et les salariés du Groupe partagent des valeurs fortes en matière de conditions de travail, d'égalité des chances, de respect, de lutte contre la discrimination et de formation des salariés. Ces valeurs, facteurs de croissance durable pour l'entreprise, repose aujourd'hui sur une diversité culturelle et des expériences multiples.

## Une équipe pérenne, qualifiée, formée et informée

ADLPartner établit les conditions d'une croissance durable et rentable en s'appuyant notamment sur le respect des collaborateurs. Pour favoriser l'épanouissement professionnel de ses équipes la société mène une politique de rémunération cohérente, considère les enjeux de la formation et aborde la gestion des compétences comme une priorité première.

Tous les collaborateurs disposent d'une qualification appropriée. Le recrutement s'appuie sur différents critères tels que la formation, l'expérience professionnelle acquise, ainsi que la capacité à s'intégrer au groupe. Ces critères, garants de pérennité de l'emploi, placent les collaborateurs dans les conditions optimales d'expression de leur savoir-faire.

Pour contribuer au bien-être et à l'épanouissement des collaborateurs,

l'entreprise mène une politique forte de gestion de talents. A raison d'une fois par an et dans le cadre d'entretiens individuels, les collaborateurs rencontrent leur hiérarchie, vérifient l'adéquation entre leur savoir-faire et la mission impartie pour procéder à une évaluation actée, et, le cas échéant, à l'identification de besoin de formation.

## Un engagement quotidien dans l'échange et la communication

Dans le souci de mobiliser ses équipes autour du projet environnemental, ADLPartner déploie un outil de travail axé sur la communication aussi bien en interne (par voies d'affichage ou d'intranet) qu'à l'externe en répondant aux demandes d'information émanant des clients, des administrations ou des parties intéressées.

Pour soutenir son action, ADLPartner a créé un manuel Environnement qui décrit les méthodes et les moyens pour gérer le système conformément à la norme ISO 14001. Il rend compte des procédures spécifiques qui concernent la maîtrise documentaire, la maîtrise des enregistrements, la réalisation d'audits environnement internes, la maîtrise des non-conformités, des actions correctives, des actions préventives, de la formation et de la communication, la maîtrise opérationnelles, la surveillance et le mesurage.

*“Un système de management environnemental répondant à l'ensemble de la norme ISO 14001, récemment obtenu.”*

### Une démarche environnementale globale

ADLPartner étend sa démarche et implique ses partenaires et fournisseurs directs dans sa politique de développement durable. Des fiches d'évaluation ainsi qu'un tableau récapitulatif des fournisseurs référencés sont régulièrement mis à jour, complété chaque année par une procédure d'évaluation sur la base de critères environnementaux.

Par ailleurs, les services généraux des différents sites s'assurent que les employés de sociétés prestataires, agissant dans l'enceinte de l'entreprise et ayant une action susceptible d'impacter l'environnement, aient reçu une formation adaptée.

### Des initiatives responsables pour des impacts maîtrisés

ADLPartner a mis en place une gestion des déchets rationnelle. Le tri sélectif a été mis en place en s'appuyant sur la mise à disposition de containers identifiés et la nomination d'un responsable chargé de la gestion des déchets. Les déchets sont ainsi tracés de façon optimisée, et un accent est mis sur la recherche de filières de traitement valorisant le recyclage.

La consommation d'énergie fait l'objet d'une attention particulière. ADLPartner a mis en place une série de mesures visant à la réduction de sa consommation. La société a systématisé le remplacement des lampes halogènes par des lampes de bureau individuelles. Des détecteurs de présence ont été placés en salle de réunion. Tous les chauffages d'appoint ont été supprimés. Enfin, la société diminue de façon significative l'utilisation des imprimantes individuelles.

Par ailleurs, ADLPartner sensibilise et incite l'ensemble de ses fournisseurs et prestataires à mettre en place une démarche PEFC/FSC consistant à acheter du papier issu de forêts gérées durablement.



### Répartition des effectifs moyens d'ADLPartner France par secteur d'activité :

	2009	2008
Employés	91	84
Agents de maîtrise	50	46
Cadres	115	108
<b>TOTAL EFFECTIF MOYEN</b>	<b>256</b>	<b>238</b>

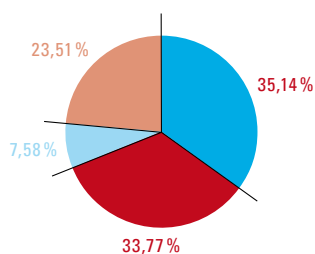
### Répartition des effectifs d'ADLPartner France par âge et ancienneté :

	Cadres	Agents de maîtrise	Employés	Ensemble
Effectif	115	50	91	256
Age moyen	41,8	37,7	40,2	40,4
Ancienneté moyenne	9	11,6	11,2	10,3

# BOURSE ET ACTIONNARIAT

ADLPartner poursuit sa politique active de distribution de dividendes malgré un contexte économique difficile. Le Groupe entend maintenir une position de valeur de croissance et de rendement, et apporter à ses actionnaires un retour sur investissement satisfaisant.

## Répartition du capital et des droits de vote



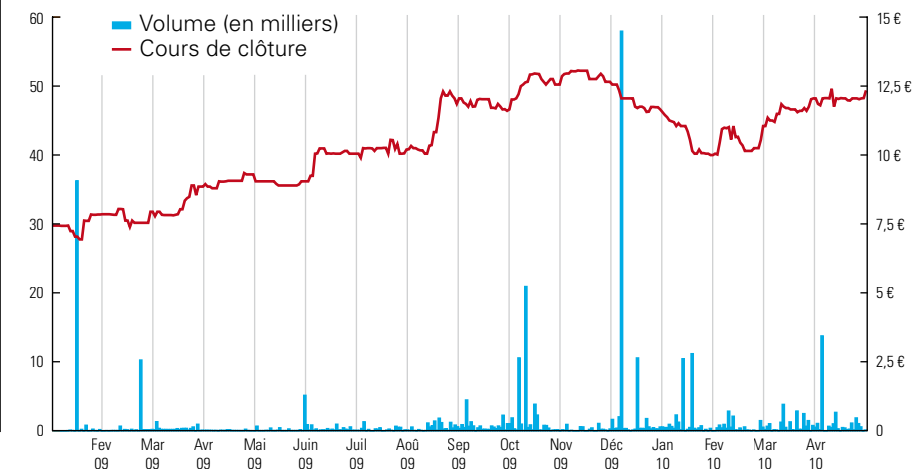
- Groupe familial Vigneron  
Droits de vote : 43,23 %
- Publishers Clearing House  
Droits de vote : 41,55 %
- Auto-détention
- Public  
Droits de vote : 15,22 %



## Tableau de bord de l'actionnaire :

<b>Place de cotation</b>	Euronext Paris (France)
<b>Code ISIN</b>	FR0000062978 – ALP
<b>Nombre de titres</b>	4 500 000
<b>Résultat net social</b>	2 165 K€
<b>Distribution</b> compte tenu des actions auto-détenues	1 034 k€
<b>Taux de distribution</b>	47,8 %
<b>Dividende par action</b>	0,25 €
<b>Rendement</b> Sur la base du cours moyen 2009	2,5 %
<b>Cours de Bourse :</b>	
cours moyen 2009	10,03 €
+ haut 2009	13,50 €
+ bas 2009	6,90 €
Fin de période	12,00 €
<b>Capitalisation boursière (au 31/12/2009)</b>	54 000 000 €

## Évolution du cours de Bourse



Il a été proposé un versement d'un dividende identique à l'exercice précédent de 0,25 € par action au titre de l'exercice 2009



# COMPTES CONSOLIDÉS 2009



# BILAN CONSOLIDÉ

## ACTIF

(En K€)	2009	2008
<b>ACTIFS NON-COURANTS</b>		
Ecarts d'acquisition	266	342
Immobilisations incorporelles	2 194	3 558
Immobilisations corporelles	5 318	4 951
Participations dans les entreprises associées	0	0
Autres actifs financiers	418	325
Actifs d'impôt différé	1	1 558
<b>Sous-total Actifs non-courants</b>	<b>8 197</b>	<b>10 735</b>
<b>ACTIFS COURANTS</b>		
Stocks	3 899	4 383
Clients et autres débiteurs	32 546	33 122
Autres actifs	5 405	4 535
Trésorerie et équivalents de trésorerie	25 837	21 357
<b>Sous-total Actifs courants</b>	<b>67 688</b>	<b>63 398</b>
Actifs destinés à être cédés		314
<b>TOTAL ACTIFS</b>	<b>75 885</b>	<b>74 446</b>

## PASSIF

(En K€)	2009	2008
Capital	7 001	7 001
Réserves consolidées	10 148	10 933
Résultat consolidé	2 734	1 391
<b>Capitaux Propres</b>	<b>19 883</b>	<b>19 325</b>
Dont :		
Part du groupe	18 901	16 719
Intérêts minoritaires	981	2 605
<b>PASSIFS NON-COURANTS</b>		
Provisions à long terme	618	467
Passifs financiers	1 300	220
Impôts différés	782	664
<b>Sous-total Passifs non-courants</b>	<b>2 700</b>	<b>1 351</b>
<b>PASSIFS COURANTS</b>		
Provisions à court terme	241	200
Dettes fiscales et sociales	9 638	10 606
Fournisseurs et autres créditeurs	42 526	41 394
Passifs financiers	226	452
Autres passifs	672	856
<b>Sous-total Passifs courants</b>	<b>53 303</b>	<b>53 509</b>
Passifs destinés à être cédés		262
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS</b>	<b>75 885</b>	<b>74 446</b>

# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(En K€)	2009	2008 retraité*
<b>Chiffre d'Affaires Net HT</b>	<b>119 801</b>	<b>113 957</b>
Achats consommés	-24 292	-23 581
Charges de personnel	-21 864	-20 703
Charges externes	-55 487	-51 252
Impôts et taxes	-1 443	-1 334
Dotations aux amortissements des immobilisations	-939	-928
Autres produits et charges d'exploitation	-4 958	-4 201
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>10 818</b>	<b>11 959</b>
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	247	826
Coût de l'endettement financier brut	-26	71
<b>Produits financiers nets</b>	<b>221</b>	<b>897</b>
Autres produits et charges financiers	-71	-20
Charge d'impôt	-780	-4 324
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	196	
<b>RÉSULTAT NET AVANT RÉSULTAT DES ACTIVITÉS ARRÊTÉES OU EN COURS DE CESSION</b>	<b>10 383</b>	<b>8 512</b>
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	-7 650	-7 121
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>2 734</b>	<b>1 391</b>
<b>Part du groupe</b>	<b>4 358</b>	<b>3 466</b>
Intérêts minoritaires	-1 624	-2 075
Résultat net part du groupe de base par action en €	1,03	0,81
Résultat net part du groupe dilué par action en €	1,03	0,81

État de résultat global	2009	2008 retraité*
<b>Résultat net</b>	<b>2 734</b>	<b>1 391</b>
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :		
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger	(143)	899
<b>Résultat net global</b>	<b>2 591</b>	<b>2 290</b>
<b>Part du groupe</b>	<b>4 215</b>	<b>4 364</b>
Intérêts minoritaires	(1 624)	(2 075)

\* La filiale allemande Abo Service International et l'activité Réseau de l'Ofup ont été classées en activités arrêtées ou en cours de cession en 2009. Les données chiffrées au 31 décembre 2009 sont donc comparées à des données chiffrées retraitées pour la même période de 2008.

# TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE NETTE CONSOLIDÉS

En k€	2009	2008
<b>RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ (y compris intérêts minoritaires)</b>	<b>2 734</b>	<b>1 391</b>
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	2 373	1 263
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	156	178
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(4)	21
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence	(196)	
- Dividendes (titres non consolidés)		
<b>Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société</b>	<b>5 064</b>	<b>2 853</b>
- Produits financiers nets	-221	-920
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	2 338	5 713
<b>Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)</b>	<b>7 181</b>	<b>7 646</b>
- Impôt société versé (B)	4 158	-4 992
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	3 305	7 320
<b>= FLUX NET DE TRÉSORERIE GÉNÉRE PAR L'ACTIVITÉ (D) = (A + B + C)</b>	<b>6 328</b>	<b>9 974</b>
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	-715	-3 469
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4	4
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ / - Incidence des variations de périmètre	-19	
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis		
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	7	-44
<b>= FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉ AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT (E)</b>	<b>-723</b>	<b>-3 508</b>
+ 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	-1 149	-68
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		
. Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-1 059	-983
. Dividendes versés aux minoritaires de sociétés intégrées		
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	1 300	
- Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location financement)	-220	-220
- / + Intérêts financiers nets (y compris contrats de location financement)	311	936
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement		
<b>= FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉ AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT (F)</b>	<b>-816</b>	<b>-335</b>
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)	-143	899
<b>= VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE (D + E + F + G)</b>	<b>4 645</b>	<b>7 029</b>
<b>Trésorerie d'ouverture</b>	<b>21 191</b>	<b>14 162</b>
<b>Trésorerie de clôture</b>	<b>25 836</b>	<b>21 191</b>



# VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(En K€)	Part du groupe				TOTAL	Intérêts minoritaires	Total ensemble consolidé
	Capital	Réserves liées au capital <sup>(1)</sup>	Réserves consolidées <sup>(2)</sup>	Résultat de l'exercice			
<b>CAPITAUX PROPRES AU 01/01/2008</b>	<b>7 001</b>	<b>15 719</b>	<b>-9 483</b>	<b>0</b>	<b>13 237</b>	<b>4 679</b>	<b>17 916</b>
Résultat net de l'exercice				3 466	3 466	-2 075	1 391
Ecarts de change liés à la conversion des activités à l'étranger			899		899		899
<b>Résultat global de l'exercice</b>			<b>899</b>	<b>3 466</b>	<b>4 365</b>	<b>-2 075</b>	<b>2 290</b>
Distribution dividende ADLPartner		-983			-983		-983
Impact actions propres			-43		-43		-43
Impact stocks options			162		162		162
Impact plan d'attribution d'actions gratuites			-17		-17		-17
<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2008</b>	<b>7 001</b>	<b>14 736</b>	<b>-8 482</b>	<b>3 466</b>	<b>16 721</b>	<b>2 604</b>	<b>19 325</b>
Résultat net de l'exercice				4 358	4 358	-1 624	2 734
Ecarts de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-143		-143		-143
<b>Résultat global de l'exercice</b>			<b>-143</b>	<b>4 358</b>	<b>4 215</b>	<b>-1 624</b>	<b>2 591</b>
Affectation du résultat		4 805	-1 339	-3 466	0		0
Distribution dividende ADLPartner		-1 059			-1 059		-1 059
Impact actions propres			-1 138		-1 138		-1 138
Impact stocks options			156		156		156
Autres			8		8		8
<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2009</b>	<b>7 001</b>	<b>18 482</b>	<b>-10 938</b>	<b>4 358</b>	<b>18 903</b>	<b>980</b>	<b>19 883</b>

(1) Primes d'émission, d'apport, de fusion + réserve légale + autres réserves + report à nouveau

(2) Réserves groupe + écart de conversion

# INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

## Volume d'affaires brut

Le volume d'affaires brut (VAB) représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés.

Le chiffre d'affaires est représenté :

- pour les ventes d'abonnements par la commission reçue des éditeurs de presse, la détermination du chiffre d'affaires reposant sur le statut de commissionnaire de presse. Par conséquent, le chiffre d'affaires correspond, en réalité, à une marge brute, puisqu'il déduit du montant des ventes encaissées le coût des magazines vendus ;
- pour les autres produits commercialisés par le produit des ventes.

Le volume d'affaires brut s'entend avant toutes remises et annulations. C'est la raison pour laquelle il représente l'indicateur le plus stable et le plus homogène de notre activité.

Le volume d'affaires brut des activités en cours s'élève à 278 820 k€ pour l'exercice 2009 contre 258 411 k€ pour l'exercice 2008, soit 7,9 % d'augmentation.

Il se présente comme suit :

## Par zone géographique

(En K€)	2009	2008 retraité*
ADLPartner France	271 195	251 549
ADLPartner Hispania	7 625	6 862
<b>TOTAL</b>	<b>278 820</b>	<b>258 411</b>

## Par offre produit

(En K€)	2009	2008 retraité*
Offre abonnements à durée libre	175 449	157 887
Offre abonnements à durée déterminée	61 481	61 471
Offre livres, objets, audio, vidéo	38 564	35 705
Autres offres	3 326	3 348
<b>TOTAL</b>	<b>278 820</b>	<b>258 411</b>

\* La filiale allemande Abo Service International et l'activité Réseau de l'Ofup ont été classées en activités arrêtées ou en cours de cession en 2009. Les données chiffrées au 31 décembre 2009 sont donc comparées à des données chiffrées retraitées pour la même période de 2008.

## Actif net réévalué

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par la société et ses filiales était de 2 990 661 unités au 31 décembre 2008 ; il atteignait 3 086 168 abonnements au 31 décembre 2009 (dont 79 395 abonnements concernant les filiales classées en activités arrêtées ou destinées à être cédées). 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 79,1 M€ au 31 décembre 2008 à 83,0 M€ au 31 décembre 2009.

Cette augmentation de la valeur de l'actif réel n'est pas prise en compte dans les états comptables consolidés.

Rappelons que la valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre peut être 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, avec une grande fiabilité, 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, donne la valeur de cette quantité d'abonnements.

En cumulant toutes les valeurs attachées à l'ensemble des opérations, on détermine la valeur globale du portefeuille d'abonnements détenus.

Ces valeurs de portefeuille sont ensuite corrigées 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 31/12/2009	au 31/12/2008
<b>Activités en cours</b>		
ADLPartner France	78 727	73 537
ADLPartner Hispania	3 040	3 315
<b>TOTAL</b>	<b>81 767</b>	<b>76 852</b>
<b>Activités arrêtées ou en cours de cession à l'International</b>	<b>1 207</b>	<b>2 280</b>
<b>TOTAL</b>	<b>82 974</b>	<b>79 132</b>

La valeur du portefeuille (part du groupe), ajoutée aux capitaux propres consolidés (part du groupe), donne alors un actif net réévalué (part du groupe), qui passe de 95,9 M€ au 31 décembre 2008 à 101,9 M€ au 31 décembre 2009, soit une progression de 6,0 M€ sur la période (+ 6,3 %).

L'actif net réévalué se présente ainsi :

(En K€)	31/12/2009			31/12/2008		
	Total	Part du groupe	Intérêts minoritaires	Total	Part du groupe	Intérêts minoritaires
Capitaux propres consolidés	19 882	18 901	981	19 325	16 719	2 606
Valeur du portefeuille ADL (nette d'impôts)	84 078	82 974	1 104	80 379	79 132	1 248
<b>ACTIF NET REEVALUE</b>	<b>103 960</b>	<b>101 875</b>	<b>2 085</b>	<b>99 704</b>	<b>95 851</b>	<b>3 854</b>



**ADLPartner France**

3, rue Henri Rol-Tanguy  
93100 Montreuil - France  
Tél. : +33 (0)1 41 58 72 03  
Fax : +33 (0)1 41 58 70 53  
[www.adlpartner.com](http://www.adlpartner.com)

**ADLPartner Hispania**

Plaza de Castilla 3, planta 16 D1  
28046 Madrid – Espagne  
Tél. : +34 902 36 26 11