

ADLPartner / ADLPerformance : POURSUITE DE LA DYNAMIQUE DE CROISSANCE AU 1^{er} TRIMESTRE 2021

Dans un contexte sanitaire et économique toujours difficile, le Groupe ADLPerformance enregistre au premier trimestre 2021 une croissance solide de ses activités avec un chiffre d'affaires¹ de 37,8 M€ en progression de 6,2 % et un Volume d'Affaires Brut² de 75,9 M€ en hausse de 4,3 %. La marge brute³ du Groupe s'établit à 32,1 M€, en croissance de 4,5 %.

La croissance est portée par le développement des activités de Marketing Digital (conseil et services marketing), dont la part dans les activités du Groupe atteint 30 % de la marge brute à fin mars 2021, contre 26 % à fin mars 2020. Cette dynamique reflète en particulier la forte traction des activités de conseil et le développement du périmètre d'activité dans les services marketing.

Les activités à portefeuille confirment leur robustesse. L'évolution du chiffre d'affaires de l'activité Magazines est marquée par une base de comparaison défavorable compte tenu de l'arrêt de la commercialisation des offres sous la marque France Abonnements au premier semestre 2020. Les activités Assurances affichent une croissance solide, animée par l'extension de l'offre produits.

Chiffres clés du trimestre

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

En M€	T1 2021	T1 2020	Variation
Chiffre d'affaires	37,8	35,6	+6,2 %
Magazines	21,0	21,5	-2,5 %
Marketing Digital	15,1	12,9	+17,9 %
Assurances	1,6	1,2	+35,4 %

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

En M€	T1 2021	T1 2020	Variation
Chiffre d'affaires	37,8	35,6	+6,2 %
France	33,9	32,1	+5,6 %
Espagne	3,8	3,5	+11,0 %

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

En M€	T1 2021	T1 2020	Variation
Marge brute	32,1	30,7	+4,5 %
Magazines	21,0	21,5	-2,4 %
Marketing Digital	9,5	8,0	+18,7 %
Assurances	1,6	1,2	+35,4 %

Magazines : développement des ventes en partenariat

La marge brute de l'offre Magazines est en retrait de 0,5 M€ par rapport au premier trimestre 2020, dont 2,0 M€ liés à l'arrêt de la commercialisation des offres sous la marque France Abonnements au premier semestre 2020. A périmètre comparable, la marge brute est ainsi en progression de 7,7 % compte tenu notamment du succès des campagnes de prospection de la fin d'année 2020. Ces éléments favorables permettent de maintenir le portefeuille d'abonnements actifs à durée libre au 31 mars 2021 à un niveau supérieur à celui de l'an passé.

En unités	31 mars 2021	31 mars 2020	Variation
Abonnements actifs à durée libre	2 645 722	2 621 254	+0,9 %

Marketing Digital : poursuite de la forte progression en France

Les activités de Marketing Digital maintiennent une forte dynamique de croissance avec une marge brute de 9,5 M€ en progression de 19 %.

L'essentiel de cette croissance est porté par les offres de conseil (6,4 M€ ; + 25 %) avec un accroissement des équipes de la filiale Converteo, acteur de référence du conseil en stratégie data et digital, pour répondre aux attentes d'un marché très porteur.

La marge brute des offres de services marketing en France (2,1 M€ ; + 34 %) continue d'être affectée par les conséquences de la poursuite début 2021 de la crise sanitaire. Elle progresse néanmoins sous l'effet 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) avec un effet de périmètre de 1,0 M€ sur le trimestre.

La marge brute des offres de services marketing en Espagne (1,0 M€ ; - 24 %) est en baisse par rapport à une base de comparaison élevée en 2020.

Marge brute – en M€	T1 2021	T1 2020	Variation
Conseil - France	6,4	5,1	+24,7 %
Services marketing - France	2,1	1,6	+33,7 %
Services marketing - Espagne	1,0	1,3	-23,5 %
Total Marketing Digital	9,5	8,0	+18,7 %

Assurances : croissance solide

La marge brute de la filiale ADLP Assurances, spécialisée dans le courtage d'assurances par marketing direct, s'établit à 1,6 M€, en progression de 35 %. Cette évolution s'explique par le démarrage des ventes de complémentaires Santé depuis fin 2020 et par le développement du portefeuille d'assurés.

Perspectives

Le Groupe optimise ses investissements commerciaux dans ses activités magazines et assurances afin de renforcer ses portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Il s'appuie parallèlement sur ses importantes ressources financières pour renforcer durablement sa place d'acteur majeur du marketing digital en Europe grâce à une stratégie offensive de croissance externe. Confiant dans ses perspectives, le Groupe ADLPerformance a pour ambition de devenir un leader européen du data marketing cross-canal à l'horizon 2025.

Assemblée générale du 18 juin 2021

Le Groupe ADLPerformance rappelle que sa prochaine assemblée générale se tiendra le 18 juin 2021. L'avis de réunion valant avis de convocation, publié au BALO le 10 mai 2021 et consultable sur le site Internet de la société www.adlperformance.com (rubrique « Assemblées générales »), contient les modalités de participation.

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, 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 50 % 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 500 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.