

COMMUNIQUE DE PRESSE

MARGE BRUTE T3 (juillet - septembre) :

4,4 M€ (-16,1% / -7,5% A PC*)

MARGE BRUTE 9 mois 2025 : 14,5 M€ (-14,9% / - 11,9% A PC*)

Levallois-Perret, France, le 21 octobre 2025, Qwamplify (ISIN : FR0010889386 - Mnémonique : ALQWA), agence marketing digital & media annonce ce jour son Chiffre d’Affaires (CA) et sa Marge Brute (MB) pour le 3ème trimestre 2025 (juillet - septembre) et pour les 9 premiers mois 2025 (janvier-septembre).

Le Groupe rappelle avoir cédé l’ensemble de ses filiales des Pays Nordiques le 1er juillet, activités qui ont donc été déconsolidées sur l’ensemble du 3ème trimestre.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE T3 (Juillet - Septembre) PRO FORMA *

Données consolidées, non auditées, en M€	2025	2024	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé *	6,1	6,4	-3,9%
Marge Brute consolidée *	4,4	4,7	-7,5%
	71,8%	74,6%	

**Hors filiales pays nordiques au T3 2024*

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE T3 (Juillet - Septembre)

Données consolidées, non auditées, en M€	2025	2024	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé	6,1	7,2	-15,1%
Marge Brute consolidée	4,4	5,2	-16,1%
	71,8%	72,6%	

Au troisième trimestre 2025, le Chiffre d’Affaires baisse de 3,9% à périmètre comparable et atteint 6,1 M€ (-15,1% en publié). A périmètre comparable, la Marge Brute baisse de 7,5% à 4,4 M€ (-16,1% en publié).

Le changement de périmètre, avec la cession des filiales des Pays Nordiques, pèse pour 62% de la baisse. A périmètre comparable, la tendance s'est donc améliorée par rapport aux trimestres 2025 précédents, malgré un mois d'Août difficile.

Sur l'ensemble du trimestre, les activités digitales & médias ont globalement bien résisté, tirées par le SEO, notamment grâce au GEO (Référencement des marques et contenus dans les IA génératives) et au pôle Data & Analytics. En effet, ces activités ont compensé la baisse de l'Emailing, toujours sous tension avec les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) qui limitent la diffusion des campagnes vendues. Les activités historiques (Shopper) ont également connu une baisse, toutefois moins marquée. L'activité Branding enregistre une décroissance significative avec la fin du contrat Stellantis.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE YTD 09 2025 (Janvier - Septembre) PRO FORMA *

Données consolidées, non auditées, en M€	2025	2024	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé *	20,4	23,0	-11,4%
Marge Brute consolidée *	14,5	16,5	-11,9%
	71,4%	71,8%	

**Hors filiales pays nordiques au T3 2024*

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE YTD 09 2025 (Janvier - Septembre)

Données consolidées, non auditées, en M€	2025	2024	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé	20,4	23,8	-14,6%
Marge Brute consolidée	14,5	17,1	-14,9%
	71,4%	71,7%	

Pour les 9 premiers mois de l'année cumulés (janvier-septembre), le Chiffre d'Affaires a enregistré une baisse de 14,6% pour atteindre 20,4 M€ (-11,4% à périmètre comparable). La Marge Brute se rétracte de 14,9% à 14,5M€ (-11,9% à périmètre comparable).

Les activités digitales & médias ont plutôt bien résisté mais sans pour autant parvenir à compenser la baisse significative des pôles Emailing, Shopper et surtout Branding.

PERSPECTIVES DU 4ÈME TRIMESTRE 2025

A périmètre comparable, l'activité du 4ème trimestre est attendue dans les mêmes tendances que celles du 3ème trimestre. Alors que les activités digitales et médias devraient continuer de résister, malgré les difficultés

du retail, la tension sur l'Emailing et le Branding reste importante. La rentabilité sera largement tributaire du niveau d'activité du dernier trimestre qui est le plus contributeur de l'année en Marge Brute.

Cédric Reny, Président et fondateur, commente : "L'activité en France a un peu mieux résisté au 3ème trimestre dans le nouveau périmètre du Groupe depuis la cession de notre filiale Nordique. La dynamique du SEO, boosté par les opportunités data et IA des moteurs de réponses ne parvient pas encore à compenser les difficultés de l'Emailing, dues essentiellement aux FAI, et des activités Branding et Shopper particulièrement affectées en période de restriction budgétaire et de crise de la consommation. "

*: PC: à périmètre comparable (hors pays Nordiques)

PROCHAIN COMMUNIQUÉ : 10 mars 2026 - Chiffre d'affaires et Marge Brute 2025

A propos de Qwamplify:

Qwamplify est un groupe de services marketing français auprès des marques, distributeurs et e-commerçants pour développer leurs ventes. Le Groupe propose des solutions digitales de conseil et d'activation média sous l'enseigne Bespoke (SEA & SMA, SEO, & Analytics, TV, Radio et Affichage), une régie digitale sous l'enseigne Qwamplify (Display, Emailing et Coregistration) et des solutions Shopper et Branding (Brand Content, Social Media, Influence B2B et B2C, offres promotionnelles). Depuis 1997, Qwamplify a acquis une solide notoriété auprès de plus de 1 000 annonceurs dont : TCL, Delonghi, Kärcher, Manitou, Decathlon, dodo, Etam, Bureau Vallée, Carrefour, Biocoop, Air Caraïbes, Michelin.

Le Groupe, dont le siège est à Levallois-Perret, est coté sur Euronext Growth Paris et fait partie de l'indice PEA-PME 150. Il est également implanté à Aix-en-Provence, Lille, Nice et Bordeaux. Au titre de l'année 2024 (janvier-décembre), Qwamplify a réalisé une Marge Brute proforma de 23 M€ (+7,1%) et un Chiffre d'Affaires de 33 M€ (+0,5%).

CONTACTS : investisseurs@qwamplify.com

Cédric Reny

Président et fondateur

<https://fr.linkedin.com/pub/cédric-reny/b7/669/69b>

Jérôme Ondet

Directeur Administratif et Financier

<https://www.linkedin.com/in/j%C3%A9r%C3%B4me-ondet-5abb4321/>



ISIN : FR0010889386 – Mnémonique : ALQWA

Eligible au PEA-PME – Indice PEA-PME150

Coté sur Euronext Growth Paris

