



SOMMAIRE

4 Le mot de Bertrand Laurioz,
Président Directeur Général

8 Notre histoire

10 Notre modèle d'affaires

12 Notre organisation
en 6 pôles commerciaux

14 Ambition 2025

16 Rétrospective 2022

18 Ils ont rejoint le Groupe

22 Les innovations

26 Le développement des pôles

36 Nos récompenses

48 Développement de notre notoriété
et de notre visibilité

50 Les principaux enjeux
RH et RSE de 2023

58 Analyse financière

60 Chiffres clés annuels

62 Cahier financier

A portrait of Bertrand Laurioz, President and General Manager of DÉKUPLE, sitting in a modern orange chair. He is wearing a dark blue blazer over a white shirt and glasses. The background is dark with a curved white border on the right side.

LE MOT DE BERTRAND LAURIOZ

Président Directeur
Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs, Chers Actionnaires,

Comme les années précédentes, l'année 2022 a été une année pleine d'imprévus, de crises et d'opportunités. La crise de l'énergie, puis la guerre en Ukraine ont impacté le pouvoir d'achat des Français et les modes de consommation ont considérablement évolué en très peu de temps. Certains de nos clients ont été très impactés et ont réduit leurs investissements marketing. En parallèle, la numérisation des entreprises et de leur marketing s'est poursuivie, et nos offres ont continué à évoluer pour permettre à nos clients de s'adapter à ce nouveau contexte. Une fois de plus, notre Groupe cinquantenaire a su s'adapter et faire de 2022 une année de succès grâce à l'engagement de ses collaborateurs.

Malgré les contraintes économiques, 2022 est une très belle année de croissance et de transformation pour notre Groupe.

◆ Notre chiffre d'affaires consolidé progresse de +10% sur l'année, en particulier grâce à la très forte croissance du Marketing Digital qui, avec une augmentation du chiffre d'affaires de +28%, représente maintenant un peu plus de 52% du chiffre d'affaires du Groupe, contre 45% en 2021 et 36% en 2020. Notre résultat net (part du groupe) progresse de +28,3% à 10,9M€, démontrant la pertinence de nos offres et l'amélioration de l'efficacité de nos opérations. Nous poursuivons donc la trajectoire de transformation du Groupe pour devenir un leader du data marketing en Europe.

◆ Notre cabinet de conseil Converteo a poursuivi sa très belle trajectoire, avec une croissance de sa marge brute de +29,7%. Fin 2022, il comptait 360 consultants experts au service de nos prestigieux clients, dont les deux tiers du CAC40. Pour accompagner cette croissance, nous avons poursuivi la structuration de Converteo avec la nomination de nouveaux Partners.

◆ Nous avons développé nos activités d'Agences & Solutions d'ingénierie Marketing, en France et en Espagne. En dépit de l'impact de la réduction ou du décalage de certaines campagnes, la marge brute a progressé, notamment grâce à la croissance externe. Nous avons également développé nos capacités d'innovation au service de nos clients, et nous avons reçu un record de 42 récompenses marketing pour les projets menés pour nos clients.

◆ L'année 2022 a été l'occasion de créer un nouveau pôle d'activité autour du « marketing d'engagement », avec l'accueil en septembre dans le Groupe, de l'agence Brainsonic et de ses 120 experts. Brainsonic, « The Engagement Agency », agence leader depuis plus de 20 ans, renforce les compétences créatives, d'évènementiel et de social media de DÉKUPLE. De nombreuses synergies et offres communes sont déjà en place pour nos clients.

◆ 2022 a été également l'occasion de poursuivre notre développement en Chine grâce à la montée au capital à vocation majoritaire dans Duhno, agence consumer marketing basée à Shanghai qui était déjà notre partenaire dans DÉKUPLE Marketing Engineering China BtoB. Grâce à ce nouveau développement, le Groupe DÉKUPLE est très bien positionné pour aider les marques occidentales à se développer sur le marché Chinois qui est en train de se réouvrir.

“L'année 2022 a été l'occasion de créer un nouveau pôle d'activité autour du marketing d'engagement”

◆ Nous avons fortement développé une offre verticale à destination du Retail, secteur en très forte transformation depuis le Covid et très impacté par des changements de réglementation (RGPD, dispositif Oui Pub) ainsi que par les changements de consommation liés à l'inflation. Grâce à nos différentes compétences et références portées par tous les métiers du Groupe (Conseil, Agences, Solutions), nous avons la capacité d'aider les marques Retail dans l'ensemble de leurs problématiques. La prise de participation majoritaire en décembre 2022 dans Smart Traffik, société technologique de présence management et de mesure du trafic en magasin, renforce notre pertinence sur ce marché.

◆ Sur nos activités de solutions d'abonnements magazines, l'année 2022 s'est avérée difficile pour les recrutements de nouveaux abonnés presse, en ligne avec les difficultés du secteur et avec la baisse du pouvoir d'achat des particuliers. Nous avons poursuivi nos investissements marketing en les adaptant et en les optimisant pour faire face à cette situation, tout en préparant l'avenir grâce à la signature de nouveaux partenariats et au lancement de nouvelles offres communautaires, autour des familles et du mieux grandir des enfants. Au total, le chiffre d'affaires de cette activité est en recul de -6%, mais nous restons confiants sur la possibilité de rebond de nos abonnements.

◆ Nous avons poursuivi le développement de nos activités de courtage d'assurance avec une croissance de +15% du chiffre d'affaires. Les activités de prévoyance ont subi l'impact de la baisse du pouvoir d'achat des Français, mais nous avons poursuivi le développement de notre offre d'assurance santé avec l'intégration réussie de Qape, qui nous avait rejoint fin 2021. Nous sommes très confiants dans le succès de notre offre qui est bien positionnée sur le marché.

LE MOT DE BERTRAND LAURIOZ

L'année 2022 est une année de développement de la marque DÉKUPLE

◆ Nous sommes un des groupes leaders du data marketing en France, nous avons été classés à la dixième position dans le classement Stratégies/Altarès, en progression de 3 places par rapport à 2021.

◆ L'année 2022 a été l'occasion de fêter les 50 ans du Groupe, lors de différents événements dont une fête réunissant tous les collaborateurs en juin, et diverses actions de communication. Un hors-série du magazine Stratégies dédié à notre Groupe et à ses 50 ans a été publié en septembre et distribué à de nombreux annonceurs.

◆ Pour accompagner notre nouvelle marque, nous avons engagé un partenariat avec William Mathelin-Moreaux, jeune skipper d'un bateau « Class 40 » engagé sur la Route du Rhum en Novembre 2022. Grâce à William, nous avons fait rayonner notre marque et nos valeurs sur les mers et les réseaux sociaux, en faisant vibrer ensemble nos clients, partenaires et collaborateurs à l'occasion de la Route du Rhum où William a terminé 16^e sur 55 participants. Nous allons poursuivre ce partenariat fédérateur en 2023.

◆ Après plus de 50 ans à la direction de l'entreprise puis au conseil d'administration, notre fondateur Philippe Vigneron a quitté le conseil en 2022. Avec le conseil d'administration et l'ensemble des collaborateurs du Groupe, je tiens à lui redire mon admiration et mes remerciements pour le Groupe qu'il a créé et développé. Le conseil inclut aujourd'hui des représentants familiaux des générations suivantes, aux côtés d'administrateurs indépendants apportant une compétence très forte dans nos différents secteurs. La transmission réussie, dans le cadre d'une gouvernance professionnelle et exigeante, renforce notre Groupe familial qui se projette sur le long terme.

Nous poursuivons notre croissance en ligne avec notre plan « Ambition 2025 » annoncé en Avril 2021

◆ Grâce au développement de nos activités digitales (surtout Converteo et Reech) et à la poursuite d'une politique d'acquisition de sociétés spécialisées, notre Groupe dépasse en janvier 2023 la barre des 1000 collaborateurs, en France, en Espagne, au Portugal et en Chine. Nos 1000 collaborateurs sont la force et la fierté de notre Groupe, nous partageons les mêmes valeurs d'esprit de conquête, de respect et d'entraide. Ils œuvrent de façon coordonnée au service de nos plus de 500 clients.

◆ Au cours de 2022, nous avons poursuivi notre politique de Responsabilité Sociale et Environnementale, en ligne avec notre adhésion au Global Compact de l'ONU. Nous avons, en particulier, renouvelé notre certification ISO 14001 dans nos activités de fidélisation, poursuivi notre collaboration avec My Job Glasses. Pour la 2^e année consécutive, Converteo est 1^{er} du classement HappyIndex®AtWork secteur conseil, tandis que Reech se positionne en tête du classement TechAtWork 2022. Nous avons également effectué un bilan carbone scope 3 sur nos différentes activités, et des plans d'action spécifiques ont été lancés début 2023 pour suivre et réduire notre empreinte dans les années qui viennent. De même, sur le court terme, dans le cadre du plan « sobriété » demandé par le Gouvernement au début de l'hiver 2022, nous avons mis en place les actions pour réduire de 15% notre consommation d'énergie.

**“Nos 1000
collaborateurs
œuvrent de façon
coordonnée au
service de nos plus
de 500 clients”**

Dans ce contexte, nous confirmons la poursuite de notre plan de croissance pour les années qui viennent

♦ La situation économique générale de ce début 2023 reste incertaine mais nous sommes convaincus que la digitalisation et la datafication des entreprises, et en particulier de leur marketing, vont poursuivre leur accélération. Notre Groupe est parfaitement positionné dans ce contexte, nous abordons cette année 2023 de façon confiante, et nos équipes restent mobilisées pour poursuivre notre trajectoire de croissance.

♦ Nous souhaitons poursuivre une croissance rentable de nos activités, et en particulier des activités de marketing digital qui devraient maintenir leur très belle trajectoire et dont le poids dans le Groupe continuera à progresser fortement. Nous assurerons cette croissance de manière organique, mais également par des acquisitions d'entreprises pouvant nous apporter des compétences complémentaires, en fonction des opportunités.

♦ Nous souhaitons recruter plusieurs centaines de nouveaux collaborateurs en 2023. Sur le marché du data marketing qui reste en tension, nous allons poursuivre notre travail sur la marque employeur afin de renforcer notre attractivité et continuer à attirer les meilleurs talents. Dans le cadre de notre plan à 5 ans, nous souhaitons renforcer notre capacité d'innovation et mieux utiliser les nombreuses compétences technologiques du Groupe.

♦ Sur le plan social et environnemental, nous pouvons capitaliser sur les actions menées ces dernières années : marque employeur, éducation de qualité, consommation et production responsables, attention au bien-être et à la santé au travail, égalité entre les sexes et plus largement la diversité des collaborateurs. En 2023, nous souhaitons nous engager encore davantage, à la mesure de l'enjeu et de l'impact que peut avoir un groupe comme le nôtre avec ses 1000 collaborateurs.

Je suis très confiant dans notre capacité à nous adapter, à poursuivre notre croissance, à améliorer sans cesse la pertinence de nos offres et la qualité de nos livrables au service de nos clients et partenaires.

Nous avons la chance de travailler dans un secteur dynamique et de pouvoir compter sur les compétences exceptionnelles de nos 1000 collaborateurs au service de nos clients et partenaires. Nous formons un Groupe unique par son actionnariat familial stable, son organisation en groupe de multi-entrepreneurs, sa vision long terme, et la diversité de ses compétences.

Nous saurons faire de 2023 une nouvelle année de succès.

Je remercie nos collaborateurs, nos partenaires, nos clients, nos actionnaires pour leur confiance et leur fidélité.

Bertrand Laurioz
Président Directeur Général



Découvrez l'histoire du Groupe DÉKUPLE

LES ANNÉES 1970

- 1972** Création de la société France Abonnements par Philippe Vigneron
- 1978** Création de la première base CRM



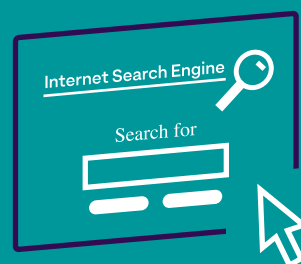
LES ANNÉES 1980

- 1988** Lancement de l'abonnement magazine à durée libre
- 1989** Premiers partenariats en marque blanche



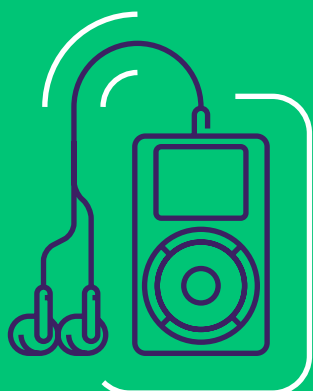
LES ANNÉES 1990

- 1994** Création de ADLPartner
- 1998** Première opération de marketing par e-mail et Introduction en bourse d'ADLPartner (raison sociale)



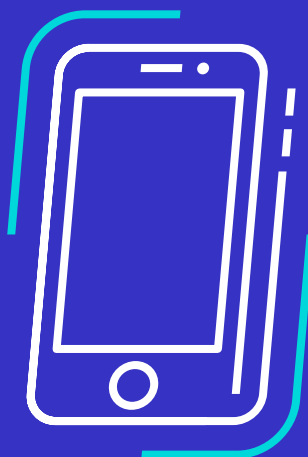
LES ANNÉES 2000

- 2005** Première opération de marketing SMS. Fusion d'ADLPartner et France Abonnements
Jean-Marie Vigneron prend la Présidence du Directoire d'ADLPartner
- 2006** Première opération de géo-targeting
- 2008** Création du pôle data ADLPartner



LES ANNÉES 2010

- 2012** Activis rejoint le Groupe
- 2013** Création du courtier ADLP Assurances
- 2014** Converteo rejoint le Groupe
- 2015** Leoo rejoint le Groupe
- 2016** Création de la marque commerciale ADLPerformance
- 2018** Création de Converteo Technology
- 2019** Bertrand Laurioz prend la Présidence du Directoire du groupe ADLPerformance (3^e dirigeant familial)



LES ANNÉES 2020

- 2020** ADLPartner devient une SA à conseil d'administration. Bertrand Laurioz est nommé Président Directeur Général

Ividence, Pschhh et AWE rejoignent le Groupe
- 2021** ADLPerformance devient DÉKUPLE

Lancement de DÉKUPLE Ingénierie Marketing

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Reech, agence de Marketing d'influence

Lancement de la Customer Data Platform Decide AI

Lancement de l'offre d'achat média internalisé: Shift by Converteo

DÉKUPLE entre au capital de Grand Mercredi / Intelligence Senior

L'AssurTech Qape/KOVERS rejoint DÉKUPLE
- 2022** DÉKUPLE fête ses 50 ans

DÉKUPLE sponsorise le skipper William Mathelin-Moreaux pour la Route du Rhum 2022

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Brainsonic, agence de marketing d'engagement

DÉKUPLE entre au capital de Duhno Marketing à Shanghai

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Smart Traffik et renforce ses solutions au service des marques du Retail

Notre modèle d'affaires

Nos ressources

Notre écosystème diversifié d'expertises ayant pour socle le data marketing

- Entités complémentaires
- Acquisitions stratégiques
- Expertises en data marketing cross-canal
- Solutions technologiques propriétaires

Notre capital humain

- 982 collaborateurs engagés
- 8 % de l'effectif à l'international
- Age moyen : 35,8 ans
- 5,7 ans d'ancienneté moyenne
- Parité hommes femmes 53 %/47 %

Notre organisation/ gouvernance

- Groupe familial avec une forte culture entrepreneuriale
- Conseil d'administration équilibré et diversifié avec 10 membres – 65 % d'indépendants – dont 5 femmes



Nos métiers / notre stratégie

♦ Ambition 2025

Devenir un leader européen du data marketing cross-canal.

♦ Notre mission

Atteindre l'excellence data, ingénierie marketing & consulting au service de la performance business des marques dans un contexte de digitalisation et de datafication des entreprises.

♦ Nos offres

Conseil et service en data marketing

Mise en œuvre de dispositifs en data marketing (acquisition, activation, fidélisation, valorisation)

Analyse et mesure des performances et du ROI (image, notoriété, engagement, business)



Partage de la valeur créée

Clients et partenaires

- Développement des assets digitaux et data
- Apport et partage de valeur dans une relation partenariale durable
- Prestations pour plus de 500 marques BtoB et BtoC (2/3 du CAC 40 et 1/3 du SBF 120)
- Un portefeuille de 2,2 millions d'abonnements actifs à durée libre à la presse magazine
- Investissement de 2 % du CA en R&D de solutions innovantes

Fournisseurs

- Vigilance croissante envers les engagements RSE
- Evaluation et suivi

Collaborateurs

- 258 recrutements en CDI en 2022
- Masse salariale globale : 40,5 M€
- 479 collaborateurs en France bénéficiant de la participation et/ou de l'intéressement
- Qualité de vie au travail
- 78 % de collaborateurs formés

Actionnaires et investisseurs

- Dividende proposé à l'assemblée générale : 0,88 € / action
- Progression de l'action au 30/12/2022 de +80,8 % sur 5 ans
- 144,8 M€ de Marge brute
- 23,23 M€ d'EBITDA retraité soit 16,1 % de la marge brute

Planète

- Certification ISO 14001 pour les activités de fidélisation

- Ancrage à Montreuil et Chantilly + 8 autres Implantations nationales et 3 internationales

Nos engagements/ nos valeurs

- Valeurs et code de conduite DÉKUPLE
- Adhérent au Global

- Compact
- Charte de la diversité
 - Partenariat My Job Glasses
 - Respect RGPD et sécurisation des données

Notre situation financière solide

- Fonds propres : 37,3 M€
- Trésorerie : 58,5 M€
- Capacité d'autofinancement avant impôts : 23,4 M€

Rémunération honoraires/forfaits/acquisition



Conseil en stratégie digitale et data (23,7 % du CA 2022)

Agences et solutions (28,9 % du CA 2022)

Financement en propre de l'acquisition de clients et partage de revenus



Fidélisation par la presse magazine (42,8 % du CA 2022)

Courtage d'assurance (4,7 % du CA 2022)

► Nos piliers RSE

- Renforcer notre éthique et notre transparence
- Favoriser l'attraction et la rétention des talents
- Être un acteur social en cohérence avec nos valeurs
- Aligner nos activités sur les enjeux environnementaux

- Réduction des émissions de GES et bilan carbone
- Eco-conception des campagnes et dispositifs marketing offline et online
- Consommation énergétique maîtrisée

Etat et société civile

- Relations avec la société civile : 12 ans de partenariat ONF, sponsoring voile

► Contributions



Notre organisation en 6 pôles commerciaux



Conseil & Technologie

Converteo est un partenaire conseil data & techno constitué de plus de 400 consultants et experts. Accélérateur de performance, intervenant du cadrage à la réalisation, connecteur entre le marketing et l'IT, indépendant, nous œuvrons pour le transfert de compétences.



Agences et solutions d'ingénierie marketing

DÉKUPLE Ingénierie Marketing fédère d'une part des agences conjuguant des talents stratégiques, créatifs et data pour créer et mettre en œuvre les dispositifs marketing les plus performants, et d'autre part des solutions MarTech interfaçables avec les principales plateformes du marché pour maximiser les performances data marketing.



Agences de services marketing Iberia

DÉKUPLE Promoción y Fidelización propose des prestations marketing aux annonceurs, en Espagne et au Portugal, principalement constituées d'opérations de promotion des ventes, de gratification, d'influence marketing, de fidélisation et de rétention client.



Brainsonic

Brainsonic est une « blended agency » de plus de 120 talents de tous horizons, qui combine étroitement compétences éditoriales, créatives et techniques. Nous imaginons des dispositifs destinés à engager les audiences (BtoC, BtoB et collaborateurs).



Courtage en Assurance

DÉKUPLE Assurance propose des produits d'assurance par marketing direct via la marque BtoC AvoCotés Assurances. Nous développons également des programmes de fidélisation à destination des clients et prospects de marques partenaires. Enfin, nous proposons nos services à des assureurs, mutuelles...



Solutions Abonnements

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le pôle commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Le portefeuille 2022 comptait plus de 2,2 millions d'abonnements à durée libre. Le Pôle commercialise également une offre de services ludo-éducatifs pensée pour cibler les familles.

Notre conseil d'administration



Bertrand Laurioz

Président Directeur Général
Président du comité
du développement



Robin Smith

Administratrice
Membre du comité d'audit
Présidente du comité
des nominations
et rémunérations
Membre indépendant



**Claire Vigneron
Brunel**

Administratrice



Caroline Desaegher

Administratrice
Membre indépendant



Roland Massenet

Administrateur
Président du comité d'audit
Membre du comité
du développement
Membre indépendant



Marc Vigneron

Administrateur



**Isabelle Vigneron
Laurioz**

Administratrice



Delphine Grison

Administratrice
Membre du comité d'audit
Membre indépendant



Stéphane Treppoz

Administrateur
Membre du comité
du développement
Membre indépendant



Xavier Gandillot

Administrateur
Membre du comité
des nominations
et rémunérations
Membre indépendant



Dinesh Katiyar

Censeur
Membre du comité
du développement
Membre indépendant

Ambition 2025

Devenir un leader européen du data marketing cross-canal

- ♦ **Poursuivre une croissance coordonnée des 6 pôles** en conservant notre profil diversifié et résilient avec des activités récurrentes et de croissance en BtoB et en BtoC.
- ♦ **Continuer à nous diversifier autour de la data, du digital et du marketing** par croissance organique & croissance externe.
- ♦ **Investir dans la technologie** comme vecteur de transformation et de différenciation.
- ♦ **Mutualiser nos compétences** data marketing.
- ♦ **Renforcer notre ancrage européen.**
- ♦ **Doubler notre chiffre d'affaires** entre 2020 et 2025.

Pôle conseil & technologie (Converteo)

- **Intensifier** le développement des 4 practices : Data & Business Consulting, analytics & Digital Products, média & CRM et Technology.
- **Développer** de nouvelles activités : internalisation média, conseil Product

Management.

- **Se doter** d'un asset data technologique : analytics sur abonnement.
- **Diversifier** nos expertises data pour le marketing et les autres départements de l'entreprise.

Pôle engagement marketing (Brainsonic)

- **Continuer à développer** nos 5 pôles d'expertises : Brand, Corp, Content, Social, Event pour nourrir nos approches 360°.
- **Développer nos approches** data-driven grâce aux expertises et solutions du Groupe.

- **Devenir** une des agences 360° majeures du marché pour être choisie comme "Agence lead" par de grandes marques sur leurs stratégies d'engagement marketing (BtoC, BtoB et collaborateurs) utilisant l'ensemble de nos expertises.

Pôle agences et solutions France

- **Être l'agence** de services marketing, one-stop-shop des décideurs marketing sur des problématiques BtoC et BtoB.
- **Nous hisser** au niveau des grandes agences du marché.
- **Poursuivre** la construction d'assets

- technologiques permettant de consolider nos data afin d'être toujours plus pertinent et performant.
- **Poursuivre** nos acquisitions de sociétés spécialisées et complémentaires.

Pôle agences et solutions Iberia

- **Devenir** le leader des services de promotion et de fidélisation en Espagne et au Portugal.
- **Développer** de nouveaux secteurs.
- **Industrialiser** et automatiser davantage nos programmes.

- **Étendre** nos services aux sujets de Customer Expérience 360°, par croissance organique ou externe.
- **Enrichir** notre catalogue de cadeaux et d'expériences.

Pôle solutions abonnements

- **Poursuivre** l'accompagnement des éditeurs dans leurs enjeux de digitalisation et de diversification.
- **Renforcer** le nombre de nos marques partenaires, en leur apportant un service affinitaire et fidélisant.

- **Innover** en termes de mix-marketing et de data marketing.
- **Faire évoluer et diversifier** nos offres en fonction des cibles et de l'évolution des usages.

Pôle assurance

- **Poursuivre** notre développement en tant que courtier généraliste, en créant des assurances conçues pour nos cibles et distribuées sous la marque AvoCotés.
- **Continuer** à aider nos partenaires

- assureurs en distribuant, en marque blanche, leurs produits.
- **Développer** la distribution d'assurances plus affinitaires, en partenariat ou pour notre propre compte.

Ce que nous avons fait en 2022

- ♦ **Croissance de +10,3% en 2022**, qui nous permet de maintenir notre ambition de doublement du chiffre d'affaires consolidé entre 2020 et 2025.
- ♦ **Le marketing digital** représente désormais **52,5%** du chiffre d'affaires du Groupe.
- ♦ **3 prises de participation** dans des activités complémentaires :
 - **Brainsonic**, agence leader de l'engagement marketing en France
 - **Duhno Marketing**, Agence Consumer Marketing BtoC, à Shanghai (Chine)
 - **Smart Traffik**, éditeur de solutions SAAS dédiées aux enseignes et aux marques souhaitant générer du trafic qualifié en ligne et en point de vente.
- ♦ **Poursuite de notre programme d'innovation.**
 - Mise en œuvre d'une stratégie de Product management sur nos offres technologiques.
 - Création du DÉKUPLE Technology Club, communauté des leaders technologiques du Groupe.
- ♦ **42 récompenses** pour les projets marketing menés pour nos clients.

- ♦ **Croissance de +29,7% de la marge brute en 2022.**
- ♦ **De nombreux projets de transformation digitale** et data pour de grands groupes Retail, Luxe, Beauté, Services, BtoB et de belles Scale-ups...
- ♦ **Développement des produits Marketing** Mix Modeling et Retail Media Insights.
- ♦ **Nommé pour la 2^e année consécutive meilleur cabinet de conseil** selon le label Happy at Work, ce qui contribue à l'attractivité de l'entreprise.

- ♦ **Croissance de +9% de la marge brute en 2022.**
- ♦ **Gain de 15 nouveaux clients** parmi lesquels E.Leclerc (Galec), Groupe BPCE, St Hubert etc. dont 4 en tant qu'agence lead.
- ♦ Premières synergies commerciales avec les entités du Groupe.
- ♦ **Lancement de l'offre Lead Factory** avec DÉKUPLE
- Ingénierie marketing BtoB (contenus premium pour générer des leads BtoB) et de l'offre No Brief (pour aider les annonceurs dans la formulation de leurs besoins).
- ♦ **Montée en puissance des équipes** sur les sujets liés au Métaverse et à l'Intelligence Artificielle.
- ♦ **Obtention de 24 récompenses créatives.**

- ♦ **Croissance de +53,3% de la marge brute** notamment grâce à la pleine intégration de Reech (Influence marketing) sur l'ensemble de l'exercice.
- ♦ **Renforcement dans le Consumer Marketing BtoC** via les prises de participation dans :
 - Duhno Marketing,
 - Smart Traffik.
- ♦ **Création d'offres data marketing mutualisées** :
 - Track in the Shop (mesure du trafic en point de vente : Agence DÉKUPLE avec Smart Traffik);
 - Shopping Booster (doper le trafic et le CA en point de vente en contexte d'inflation : Agence DÉKUPLE avec Codes for Gifts et Smart Traffik);
 - Lead Factory (contenus premium pour générer des leads BtoB : DÉKUPLE Ingénierie marketing BtoB avec Brainsonic).
- ♦ **Confirmation du positionnement Brand & Performance marketing de l'Agence DÉKUPLE** illustré par les 2 Trophées Marketing obtenus pour BUT et MMV. Obtention du label RSE Agences Actives.
- ♦ **Reech élue agence d'Influence Marketing de l'année** et obtention de 15 récompenses pour les campagnes d'influence marketing de MACIF.

- ♦ **Conjoncture économique défavorable.**
- ♦ **Réorganisation des équipes commerciales** pour reprendre la croissance dès 2023.
- ♦ **Lancement de deux activités** :
 - Influence Marketing (en lien avec Reech),
 - Custom Software pour les besoins sales marketing des annonceurs.

- ♦ **Année difficile pour les recrutements de nouveaux abonnés**, en ligne avec les évolutions du secteur et en lien avec la baisse du pouvoir d'achat des Français.
- ♦ **Conquête de nouvelles marques partenaires**, socle de croissance future.
- ♦ **Renforcement du marketing de précision** : marketing mix différencié (parcours, prime) selon la typologie des clients, permettant d'optimiser les rendements.
- ♦ **Diversification de services offerts à nos partenaires**, avec le lancement de A vos Kids.
- ♦ **Co-construction avec nos clients abonnés** à travers le Lab.

- ♦ **Croissance de +14,7%** de la marge brute.
- ♦ **Intégration réussie de Qape / Kovers** et développement du portefeuille santé.
- ♦ **Refonte de la structure du produit Santé** pour améliorer nos commissions.
- ♦ **Renouvellement du label Assurance Santé Ethique.**
- ♦ **Développement d'un nouveau produit** d'indemnités journalières en cas d'hospitalisation.

FÊTE DES 50 ANS
AVEC LES COLLABORATEURS
DU GROUPE DÉKUPLE



RÉTRO- SPECTIVE 2022



Ils ont rejoint le Groupe cette année

PAROLES D'ENTREPRENEURS



◆ Duhno intensifie la présence du Groupe en Chine

Benoît Raoult

Fondateur et CEO de Duhno Marketing

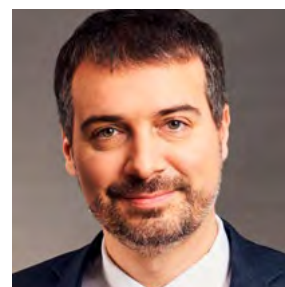
DUHNO MARKETING A REJOINT LE GROUPE DÉKUPLE EN OCTOBRE 2022. COMMENT SE PASSE L'INTÉGRATION ? QUELLES SONT LES PREMIÈRES SYNERGIES ?

Benoît Raoult. Les premiers mois ont consisté à rencontrer différentes entités pour bien comprendre la structure du Groupe et les différentes expertises. Structurellement et géographiquement, nous sommes proches de DÉKUPLE Ingénierie Marketing BtoB en France et en Chine avec lesquels des synergies existent déjà pour les locaux et les fonctions administratives. Nous avons eu beaucoup de support marketing de la part des entités du Groupe pour bénéficier de best practices en termes de génération de leads. Avec certaines entités comme DÉKUPLE Ingénierie Marketing BtoB ou Reech, nous avons déjà mis en place des actions marketing communes et avons

commencé à faire des réponses conjointes sur certains appels d'offres.

QUELS ONT ÉTÉ LES AUTRES FAITS MARQUANTS DE 2022 ?

BR. La Chine a connu une année très particulière avec un confinement strict à Shanghai d'environ 3 mois en avril, mai et juin, puis une fin d'année avec une réouverture totale. Dans ce contexte, nous avons maintenu le lien avec le marché via des webinaires réguliers. Le secteur des grandes écoles est un marché sur lequel nous avons déjà beaucoup investi en 2019, et qui a bien redémarré. Nous avons pu signer un client prestigieux EHL (Ecole Hôtelière de Lausanne). Pour nos deux autres secteurs-clés, les produits alimentaires packagés et la mode, nous avons développé une offre de conseil sur l'analyse et la définition des personas sur les marchés intérieurs chinois. Nous avons aussi élaboré une offre Web 3.0 autour du phygital (un objet physique ou une expérience, couplé à un objet numérique unique). Nous pouvons désormais apporter ces expertises sous forme de campagnes innovantes au secteur de la mode (Metaverse Fashion, Wearable NFT) et à d'autres secteurs comme le tourisme ou le retail par exemple.



QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2023 (NOUVELLES OFFRES, NOUVEAUX SUJETS...) ?

BR. Suite à la réouverture de la Chine, nous allons pouvoir intensifier notre présence dans le monde de l'éducation et développer plus activement les secteurs de la mode et des produits alimentaires packagés qui ont été bousculés ces 3 dernières années. Nous allons intensifier notre programmation marketing avec davantage de webinaires, de cas, de livres blancs pour intéresser nos prospects. Enfin, nous allons naturellement avoir plus de synergies avec les entités du Groupe pour à la fois toucher des entreprises européennes qui ciblent le marché chinois mais aussi intéresser de grandes entreprises chinoises qui souhaitent se développer en Europe. Notre implantation à Shanghai et la présence des agences du Groupe DÉKUPLE en Europe constituent une organisation propice à de tels projets.

◆ Smart Traffik vient renforcer l'expertise Retail de DÉKUPLE

Laurent Simonin

Co-fondateur et CEO de Smart Traffik

Fondée en 2012 par Laurent Simonin, Emmanuel Isnard et Yann Gilquin, Smart Traffik est un éditeur de solutions Drive-to-Store en mode SAAS répondant aux nouveaux enjeux du monde du Retail et contribuant à optimiser la performance business de 120 enseignes et marques représentant plus de 25.000 points de vente.

Son offre de solutions innovantes activables rapidement s'articule autour de 2 plateformes technologiques répondant aux enjeux suivants :

- ◆ **La génération de leads qualifiés en magasins (Solution Web to store) via :**
 - le Presence Management pour donner de la visibilité on-line aux points de vente et développer le SEO,
 - le Click and Collect pour rendre accessible les produits depuis les carrefours d'audience (Local Product),
 - la prise de rendez-vous en ligne multi-plateforme pour les services des retailers (Smart reserve),
- ◆ **La mesure omnicanale de l'efficacité des investissements média, le géomarketing et l'attribution marketing pour l'optimisation des campagnes publicitaires (Solution oKube).**

SMART TRAFFIK A REJOINT EN DÉCEMBRE 2022 LE GROUPE DÉKUPLE. COMMENT SE PASSENT LES PREMIERS MOIS ?

Laurent Simonin. Nous sommes très heureux d'intégrer un acteur de grande envergure comme le Groupe DÉKUPLE que nous avons choisi pour la compatibilité de nos ADN et de nos visions. Il était très important pour nous de conserver notre autonomie et de pouvoir continuer à développer en toute indépendance nos deux plateformes technologiques Web-to-Store et oKube. Nous avons reçu un très bon accueil des équipes du Groupe et rencontré les personnes clés pour nous aider dans notre développement.

QUELLES SONT LES PREMIÈRES SYNERGIES ?

LS. Les premières synergies observées depuis décembre concernent les prospections commerciales et l'up-selling sur des clients communs existants. Plus globalement, nous apportons nos technologies au Groupe, ce qui va nous permettre collectivement de mettre en commun nos moyens dans le cadre de la création de l'offre Retail globale du Groupe. Enfin,

le fait d'intégrer un groupe comme DÉKUPLE nous apporte des capacités de synergie managériale, de réflexion et de stratégie qui sont très stimulantes.

COMMENT VOYEZ-VOUS L'ANNÉE 2023 ?

LS. Malgré le contexte de crise économique, nous avons une bonne traction commerciale sur l'offre de mesure des performances qui est un marché nouveau. Il y a quelques technologies mais, au final, peu d'acteurs. C'est pour nous un bon « time to market » et nous allons pouvoir accélérer à la fois en termes de communication pour asseoir notre visibilité et en termes de développement commercial pour répondre à cette demande. Nous allons intensifier les synergies commerciales avec l'ensemble des entités du Groupe qui travaillent pour les acteurs du Retail, tout en renforçant, en toute indépendance, nos relations avec d'autres partenaires, agences, prestataires qui travaillent avec les enseignes de distribution et de commerce.



Ils ont rejoint le Groupe cette année

PAROLES D'ENTREPRENEURS

brainsonic

THE ENGAGEMENT AGENCY

Guillaume Mikowski

Co-fondateur et Président de Brainsonic

RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2022



**BRAINSONIC A REJOINT
LE GROUPE DÉKUPLE EN
SEPTEMBRE 2022. COMMENT
SE PASSE L'INTÉGRATION ?
QUELLES SONT LES PREMIÈRES
SYNERGIES ?**

Guillaume Mikowski.

L'intégration de Brainsonic au sein du Groupe DÉKUPLE se passe très bien et les premiers mois nous ont déjà permis de constater que nous avons eu une très bonne intuition en rejoignant le Groupe. Nous partageons les mêmes valeurs et nos expertises se complètent parfaitement, ce qui a permis de développer de nouvelles offres en combinant nos compétences. Le Groupe DÉKUPLE a également apporté à Brainsonic de nouveaux outils en matière de data, de CRM et d'influence marketing, ce qui nous permet de proposer des solutions encore plus performantes à nos clients.

GM. En termes de synergies, nous avons déjà pu les éprouver ensemble sur des appels d'offres qui montrent la complémentarité de nos expertises en matière de création et de data. Nous avons également mis en place des offres communes telles que la Lead Factory qui combine les expertises de Brainsonic Corp et



Nous sommes également reconnus comme étant capables d'accompagner les marques sur les révolutions majeures de notre époque (métavers, intelligence artificielle, Web 3...).

GUILLAUME MIKOWSKI



DÉKUPLE Ingénierie Marketing BtoB pour offrir des solutions sur mesure aux annonceurs.

Chaque pôle d'expertise de Brainsonic a déjà identifié les points de convergence avec le Groupe DÉKUPLE et nous allons les formaliser systématiquement en 2023.

QUELS ONT ÉTÉ LES AUTRES FAITS MARQUANTS DE 2022 ?

GM. La liste est longue ! 2022 a été une année marquante pour Brainsonic, qui a su consolider ses positions, sécuriser ses budgets et continuer dans sa dynamique

de croissance après une année 2021 exceptionnelle pour le marché de la communication. Nous avons renouvelé pratiquement 100 % de nos budgets et nous avons reçu la confiance de nombreuses marques telles que le Groupe BPCE, Chanel, Orange Bank, Lenovo, Intel ou St Hubert. Nous avons également su anticiper les grandes tendances telles que l'intelligence artificielle et le Web3 dans son ensemble. Forts de cette anticipation, nous sommes aujourd'hui en mesure d'assurer notre propre transformation, notamment en formant nos collaborateurs, qui ont la capacité d'accompagner les marques dans leurs transformations.

Brainsonic a su se démarquer dans un contexte très concurrentiel grâce à de nouvelles offres telles que « no brief », le repositionnement de son pôle live/event avec le lancement de Brainsonic Live, et de nombreux prix dont le grand prix de l'influence pour notre travail avec l'Union des Industries et des Métiers de la Métallurgie (UIMM). Nous sommes également reconnus comme étant capables d'accompagner les marques sur les révolutions

majeures de notre époque (métavers, intelligence artificielle, Web3...). Notre dernière campagne pour Bescherelle a d'ailleurs été un point d'orgue à la fin de l'année 2022 puisqu'elle nous a permis d'obtenir près de 25 millions de vues, avec des réactions unanimes sur la qualité et la pertinence de la campagne.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2023 (NOUVELLES OFFRES, NOUVEAUX SUJETS...)?

GM. En 2023, nous allons célébrer nos 20 ans. Depuis notre création, nous nous évertuons à nous développer et à nous imposer comme l'agence leader de l'engagement. Toujours pionniers et créatifs, nous nous plaisons à être là où l'on ne nous attend pas forcément. Ce sens de l'innovation, profondément ancré dans notre ADN, va nous permettre cette année d'explorer davantage les nouveaux outils que sont l'IA et le Web3 au service de la création, celle qui génère des conversations, la relation. Puisque ces tendances vont indéniablement continuer à transformer les marques, nous en tirons parti pour nous mettre au service des marques qui veulent s'engager et engager !

Les innovations du Groupe en 2022

◆ À Vos Kids



DÉKUPLE Solutions Abonnements a lancé "A Vos Kids", une offre de services d'abonnement à des services ludo-éducatifs à destination des familles, complémentaire de son offre de presse magazine. Elle regroupe une sélection d'offres qualitatives ayant trait à la culture, au divertissement ou à l'éducation, pensées pour le bien grandir de l'enfant de 0 à 18 ans. Cette solution est née de plusieurs constats :

- ◆ l'aspiration des familles à favoriser l'épanouissement de leurs enfants à chaque étape de leur vie
- ◆ la montée en puissance du marketing générationnel
- ◆ le besoin des marques de nourrir davantage la relation avec les familles et développer leur potentiel d'achat.

◆ Track in the shop

Répondant aux besoins croissants des Retailers en termes de mesure de la performance des actions Drive-to-Store, l'Agence DÉKUPLE s'est adjoint la solution technologique de mesure développée par Smart Traffik, pour lancer son offre Track In The Shop, qui permet de mesurer avec une grande fiabilité les visites dans les points de vente physiques et les sites commerçants.



◆ Shopping Booster



Pour soutenir les ventes des réseaux de distribution dans un contexte où le pouvoir d'achat des consommateurs est mis à l'épreuve, l'Agence DÉKUPLE a créé l'offre Shopping

BOOSTER. Cette solution permet d'offrir une expérience locale ou en lien avec l'activité de l'enseigne aux consommateurs situés dans la zone de chalandise. Cette solution clé-en-main associe les savoir-faire de l'agence DÉKUPLE en génération de trafic en point de vente et en fidélité émotionnelle.

◆ No brief

Des enjeux économiques, sociaux et environnementaux entremêlés, un avenir difficile à lire pour les marques qui ne savent pas toujours comment se positionner ou quoi raconter à leurs publics. C'est dans ce contexte que Brainsonic a lancé l'offre « no brief ». Sa vocation : accompagner les entreprises « qui ne savent pas par où commencer » pour élaborer et déployer leur stratégie de contenu.

Cette nouvelle offre, pragmatique et garante d'un accompagnement sur-mesure pour les marques, est née d'un simple constat : un nombre croissant de 'briefs' s'apparentant plutôt à un appel à l'aide qu'à un brief.

no brief
by brainsonic

brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY

◆ Aimant-aidant

Intelligence Senior a lancé une newsletter qui s'adresse aux 11,7 millions d'aidants en France nommée Aimant Aidant. Ce nouveau média accompagne les aidants chaque semaine avec des formats ludiques qui changent leur quotidien, en abordant des thèmes tels que "5 façons de se préserver en tant qu'aidant" ou "Quand l'altruisme booste la longévité".

INTELLIGENCE
SENIOR ✓ De la réflexion à l'action

aimantaidant le grand mercredi

vie de famille · vie de famille · vie de famille · vie de famille



Les innovations du Groupe en 2022

► Ividence bascule sur Google Cloud

Afin de fournir une plateforme sécurisée et stable avec une disponibilité multirégionale robuste tout en développant ses services améliorés par l'IA, Ividence a décidé de migrer vers Google Cloud. La migration vers une architecture entièrement basée sur le cloud a été motivée par un nouveau partenariat avec Outbrain, une plateforme de découverte de contenu mondialement reconnue.



► Certificat influence responsable par Reech et l'ARPP

REECH a lancé un certificat de l'influence responsable avec l'ARPP. Encadré par les experts de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité), le certificat de l'influence responsable est un programme au cours duquel les créateurs de contenus sont formés aux règles éthiques et juridiques qui régissent les collaborations commerciales. La participation de Reech dans ce programme permet :

- d'encourager les influenceurs à adopter une démarche transparente
- d'encourager les annonceurs à travailler de plus en plus avec des influenceurs certifiés.



Certificat de
l'Influence
Responsable
par l'ARPP

◆ “ReThink & ReBoost Retail Marketing”

Une offre globale à destination des retailers pour les aider à transformer leurs stratégies marketing et développer leurs performances business

Après la crise sanitaire et alors que l'époque est aux bouleversements économiques et écologiques, les acteurs du Retail sont soumis à de fortes mutations (disparition progressive du prospectus, digitalisation, optimisation du mix marketing, nouveaux modes de consommation, baisse du pouvoir d'achat).

Riche de sa capacité à innover et de ses expertises acquises depuis plusieurs années auprès de plus de 120 acteurs du commerce et de la distribution, le Groupe DÉKUPLE a lancé une offre globale ReThink & ReBoost Retail Marketing, pour aider les distributeurs et commerces à optimiser et développer leurs performances business dans ce contexte de mutation multifactorielle du retail et de la consommation.

Agrégeant l'ensemble des expertises « digital & data driven » maîtrisées par différentes entités du Groupe, l'offre globale ReThink & ReBoost Retail Marketing permet notamment de résoudre 5 enjeux majeurs pour les retailers :

- ◆ **optimiser ou redéfinir le mix marketing** grâce à des méthodes d'analyse basées sur la data pour mieux investir et mieux rentabiliser leurs dispositifs branding et marketing ;
- ◆ **repenser, digitaliser & mesurer le drive-to-store** en réaction à la disparition progressive du prospectus et à la digitalisation

croissante des consommateurs ;

- ◆ **maximiser le ROI des opérations commerciales** en mixant engagement, influence et expérience client on-line et en point de vente ;
- ◆ **développer la fidélité et le ré-achat** notamment en contexte de baisse du pouvoir d'achat via des dispositifs promotionnels et relationnels fidélisant ;
- ◆ **valoriser et monétiser leur capital client** pour générer des revenus complémentaires améliorant directement leur résultat financier.

“Cette offre qui s'appuie sur une connaissance fine du secteur retail et fédère l'ensemble des expertises data, digital et cross-canal du Groupe DÉKUPLE, nous permet d'avoir un très large spectre d'accompagnement allant du conseil en stratégie jusqu'à la mise en œuvre créative et opérationnelle des dispositifs branding et marketing cross-canal, en acquisition, activation, fidélisation ou monétisation. Nous l'avons conçue comme un “one-stop-shop” pour les décideurs du retail, avec une approche très pragmatique qui permet aux annonceurs de venir chercher au sein du Groupe DÉKUPLE soit une approche globale de bout en bout soit uniquement les

expertises ou compétences qui leur manquent.”



EXPLIQUE CLAUDE CHARPIN,
CLAUDE CHARPIN,
DIRECTEUR COMMERCIAL
DU GROUPE DÉKUPLE.



Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



Raphaël Fétique
Thomas Faivre-Duboz
 Co-fondateurs

Une croissance de 29,7% sur 2022 qui permet de franchir le cap des 400 collaborateurs

CONVERTEO RÉUSSIT À NOUVEAU UNE BELLE ANNÉE 2022: QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR CES RÉSULTATS ?

L'année 2022 a été marquante pour Converteo. Le cabinet a enregistré une croissance significative de +29,7% de sa marge brute, répartie sur toutes les activités du cabinet. Malgré un contexte d'incertitude économique et géopolitique forte en 2022, le business est resté orienté à la hausse sur toutes les problématiques data & digital. La période Covid a entraîné un véritable "jump digital", des évolutions profondes dans les usages et les perceptions du digital en général et du e-commerce en particulier, qui perdurent depuis la sortie de crise. Ces évolutions sont devenues des opportunités business fortes pour Converteo car les grandes entreprises ont besoin d'accompagnement

pour mener ces réflexions et les chantiers qui en découlent – stratégie data, transformation des organisations, adaptation au cadre réglementaire, outillage, mesure de performance...

Si les investissements se sont renforcés chez nos clients sur tous ces sujets, nous avons toutefois observé un questionnement croissant autour de la mesure d'efficacité et de rentabilité de la dépense marketing et publicitaire, et par conséquent un nombre important de missions positionnées sur ces enjeux.

COMMENT L'ORGANISATION DE CONVERTEO S'ADAPTE-T-ELLE À CETTE CROISSANCE SOUTENUE ?

Si la marge brute a fortement progressé, ce fut aussi le cas des effectifs, qui ont dépassé le cap des 400 collaborateurs au début de l'année 2023. Une telle croissance, à la fois du business et des effectifs, nécessite une structuration permanente de l'activité afin d'adapter l'organisation aux enjeux de nos clients, de nos salariés et de tous nos partenaires. Un effort important a été porté sur la structuration des fonctions supports, avec notamment l'arrivée d'une Directrice Administrative et Financière, Marine Bertrand, et d'un

Chief Marketing Officer, Laurent Nicolas-Guennoc. Nous avons enfin annoncé la nomination de Jérémie Lévy en tant que Senior Partner & Managing Director, rejoignant l'équipe de direction aux côtés de Raphaël Fétique et Thomas Faivre-Duboz. Ayant rejoint le cabinet en 2017, Jérémie était depuis 2019 Partner au sein de la practice Data x Business Consulting. Cette nomination incarne, elle aussi, la volonté de structuration du cabinet et permettra de renforcer son leadership. Dans ses nouvelles fonctions, Jérémie supervisera notamment les activités de développement et le lancement de plusieurs nouvelles offres. Nous avons enfin nommé deux nouveaux partners, Louis Dauchy et Victor Fulconis. Nous nous réjouissons de ces nominations de Jérémie, Louis et Victor, qui témoignent une nouvelle fois de la capacité de Converteo à promouvoir en son sein les talents du cabinet y compris aux plus hautes fonctions.

FORT DE SES RÉSULTATS ET DE CES NOUVEAUX RENFORTS, QUELLE EST AUJOURD'HUI L'AMBITION DU CABINET ?

Nous avons l'ambition de devenir le leader du marché



du conseil en data en France dans les trois prochaines années. Pour y parvenir, nous voulons capitaliser sur nos domaines d'excellence reconnus sur la donnée marketing et développer de nouvelles compétences et de nouvelles offres pour accompagner nos clients actuels et futurs sur l'ensemble de leurs problématiques data. Ce processus est par ailleurs déjà lancé et nous serons dès cette année en mesure de proposer au marché de nouvelles offres dans des domaines tels que le Product Management, le Pricing, ou encore le Marketing Mix Modeling (MMM). Converteo a prévu de concentrer ses investissements sur ces différents domaines, notamment au travers d'une formation continue renforcée à destination de ses consultants et experts, de recrutements ciblés, ainsi que sur l'acquisition de

nouvelles technologies pour consolider encore les capacités de l'entreprise. Nous sommes convaincus de pouvoir appliquer à ces domaines, comme à d'autres à l'avenir, un même très haut niveau de qualité qui caractérise l'expérience conseil de Converteo, et ainsi renforcer la position de leader incontournable du conseil en data au service de l'accélération business des entreprises.

**DANS UN CONTEXTE OÙ LA
COMPÉTITION POUR LE
RECRUTEMENT DES TALENTS
EST RUDE, CONVERTEO
CONTINUE D'ÊTRE ATTRACTIF :
COMMENT L'EXPLIQUEZ-VOUS ?**

Nous avons mis, ces dernières années et mois, le plus grand soin à construire un environnement de travail et une culture d'entreprise qui soient des vecteurs de progrès : dans les compétences et les savoirs, dans les carrières, dans l'épanouissement des

collaborateurs. Nous pensons tout simplement que ce progrès est in fine aussi celui de l'entreprise car, dans notre industrie, la valeur de notre accompagnement repose sur celle de nos collaborateurs. Cette culture d'excellence et de bienveillance au service de l'épanouissement a permis à Converteo de bénéficier d'une forte attractivité auprès des candidats. Elle s'est également traduite par notre reconduction en tête du classement Happy at Work Catégorie Cabinets de conseil ainsi que notre note de 4.7 sur Glassdoor. Plus que jamais, nous allons œuvrer et investir dans la qualité de notre environnement et de notre culture de travail pour que "Faire du conseil autrement" ne soit pas qu'une formule pour nos collaborateurs et pour toutes celles et ceux qui nous rejoindront demain.

Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

**Claude Charpin**

Directeur Général de l'Agence DÉKUPLE



2022 A ÉTÉ L'ANNÉE DE LA CONFIRMATION DU POSITIONNEMENT BRAND & MARKETING PERFORMANCE DE L'AGENCE DÉKUPLE. POUVEZ-VOUS RETRACER LES GRANDES VICTOIRES DE L'ANNÉE ?

Claude Charpin. Suite au lancement de l'agence DÉKUPLE fin 2021, nous avons présenté et expliqué notre positionnement original sur le marché qui consiste à travailler à la fois sur la construction de la performance de marque et en même temps à utiliser efficacement les leviers de performance marketing. Ces deux dimensions sont d'égale importance dans les approches marketing, elles ne doivent plus être traitées séparément en silo mais au contraire être conjuguées pour une performance durable et croissante. Les annonceurs et les prescripteurs ont bien compris ce positionnement. Nous avons ainsi engrangé plusieurs nouveaux projets grâce à cela : le rebranding de MMV, l'accompagnement de 3 marques du Groupe Schenck, plusieurs lancements pour DIM, un lancement produit pour Lipton, des campagnes marketing pour Petit-fils et nos clients historiques nous ont renouvelé leur confiance en élargissant parfois le périmètre des

projets comme BUT, Optic 2000, AXA, Groupama... Nous avons été heureux d'obtenir deux prix Or aux trophées du Marketing qui illustrent bien notre positionnement Brand & Marketing performance avec MMV pour le rebranding et BUT pour nos campagnes de drive-to-store. Ce sont deux bons exemples de ce que nous pouvons faire de performant pour les marques. Preuve également que nos marques clientes se sentent bien accompagnées, l'agence DÉKUPLE a obtenu le label Choose My Company avec un taux de recommandation de + de 75 %, et nous allons travailler pour le faire progresser. Enfin, l'agence a reçu le label « RSE agences actives » de l'AACC qui souligne la prise en compte des impacts écologiques dans la conception et la mise en œuvre de nos campagnes marketing.

QUELS SONT VOS ENJEUX POUR 2023 ?

CC. Nous allons intensifier nos efforts d'accompagnement des acteurs du Retail, notamment avec une participation active à la création de l'offre Retail globale du Groupe DÉKUPLE lancée en mars 2023. Notre rôle est d'aider les retailers avec des offres apportant des solutions aux mutations que le secteur connaît et à la nécessité d'adapter les stratégies marketing à ce nouveau contexte. La disparition progressive du prospectus en raison des

effets conjugués de la hausse des coûts du papier et de OUIPUB nous a amené à proposer de nouveaux leviers Drive-to-store, plus digitaux et donc plus mesurables. Ainsi, en synergie avec Smart Traffik dont la solution oKube permet de mesurer précisément le trafic en point de vente, nous avons lancé l'année dernière l'offre Track In the Shop qui doit devenir un best-seller tant son usage est clé pour optimiser les investissements Drive-to-store. Dans ce même domaine, nous allons mettre au service des retailers une plateforme appelée Drive-to-Store Monitor permettant de suivre pour chaque point de vente les impacts des actions marketing. Sur un autre sujet, nous venons de lancer une offre Shopping Booster dont l'objectif est d'encourager la fidélité émotionnelle dans un contexte d'inflation et de baisse du pouvoir d'achat. Enfin, outre le secteur du Retail, nous allons continuer à proposer nos offres Brand & Marketing Performance aux secteurs dans lesquels nous avons déjà des success stories importantes comme les FMCG, les Vins & Spiritueux, les Services, la Banque et l'Assurance. En effet, les marques de ces secteurs ont des enjeux sur l'ensemble de leur funnel marketing, en acquisition, activation, rétention et fidélisation que nous pouvons adresser par des dispositifs globaux ou dédiés grâce à un assemblage de compétences créatives, data et technologiques unique.

Alexandre Garnier

Fondateur et CEO de DÉKUPLE

Ingénierie Marketing BtoB



**QUELS ONT ÉTÉ LES FAITS
MARQUANTS DE 2022 POUR
DÉKUPLE INGÉNIERIE
MARKETING BTOB ?**

Alexandre Garnier. En 2022, nous avons poursuivi notre développement dans les secteurs de l'industrie et du software. Et nous avons

également vu arriver les secteurs banque, assurance et conseil sur des problématiques BtoB. Ces entreprises ont besoin d'accompagnement sur la digitalisation de leurs process de vente. Elles cherchent à monter en compétence sur les méthodes et les outils d'alignement du marketing digital et des ventes. Leur objectif : générer plus de leads, mieux qualifiés, à transmettre à leurs équipes commerciales. Elles cherchent également à mieux mesurer la contribution du digital à la génération de business. Notre offre de consulting répond parfaitement à ces questions et leur apportent des solutions pragmatiques. Sur un plan plus opérationnel, nous avons accompagné beaucoup de nos clients sur des sujets d'intégration de scénarios de prospection et de Lead Nurturing dans les plateformes de marketing automation comme Hubspot ou Salesforce Marketing Cloud. D'autres demandes ont concerné des besoins d'activation et de scénarios sur des bases clients, ce qui constitue pour nous un excellent complément de ce qui est déjà fait en Lead Generation et en acquisition. Nous avons de plus en plus de demandes d'accompagnement sur des problématiques d'Account Based Marketing (ABM), c'est-à-dire la mise en œuvre de mécaniques destinées à acquérir ou développer du commerce avec les grands comptes.

**ET CONCERNANT VOS
ACTIVITÉS BTOB EN CHINE ?**

AG. 2022 a été bien sûr une année compliquée car la Chine a été fermée et confinée une bonne partie de l'année. Mais nous constatons heureusement un nouveau départ depuis décembre 2022 et nous observons d'ailleurs un mouvement intéressant depuis la réouverture du pays : des groupes Chinois cherchent à se développer en Europe et nous interrogent afin qu'on les aide à mettre en place des stratégies marketing adaptées aux différents marchés européens.

**QUELS SONT LES SUJETS
MAJEURS POUR 2023 ?**

AG. Nous avons un 1^{er} semestre chargé pour faire migrer nos clients vers Google Analytics 4 en raison de l'arrêt au 1^{er} juillet 2023 de la version 3, ainsi que la transition de Google Data Studio vers la nouvelle version "Looker". Sur ce sujet, nous proposons à nos clients de consolider leurs données marketing et ventes au sein de bases de données Google Big Query. Nous avons développé des connecteurs avec les principaux CRM du marché et sommes en mesure d'apporter de la valeur dans la mesure des performances commerciales des actions marketing online. Plus que jamais, nous croyons que notre positionnement conseil + agence + tech sera le mix gagnant pour nos clients et pour notre développement sur le marché du marketing BtoB.

Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

**Rodrigo Serrano**

Directeur Général de DÉKUPLE Ibéria

**L'ANNÉE 2022 A ÉTÉ DIFFICILE
POUR NOS ACTIVITÉS EN
ESPAGNE ET AU PORTUGAL.
QUEL BILAN DRESSEZ-VOUS ?**

Rodrigo Serrano. En effet, le contexte économique nous a été défavorable, particulièrement au 2nd semestre durant lequel les marques clientes ont fortement réduit leurs budgets consacrés aux actions de promotion et de fidélisation. Nous avons également rencontré des difficultés de conquête de nouveaux clients. Malgré cela, l'année 2022 a connu quelques succès comme le renouvellement de la confiance d'AXA, Endesa, Santalucia et Stellantis, et d'autres budgets qui nous ont permis de nous renforcer dans les secteurs de l'Assurance et de l'Automobile.

**QUELS ONT ÉTÉ LES
ENSEIGNEMENTS ?**

RS. Nous avons décidé de revoir notre organisation interne pour nous adapter à cette situation. Nous avons structuré une équipe avec des directeurs de comptes et des responsables opérationnels qui s'occupent quotidiennement des projets et du développement commercial de nos marques clientes. En parallèle, nous disposons

d'une équipe commerciale qui s'occupe exclusivement de new business. Ces deux équipes reportent à un seul Directeur Général en charge du Commercial et des Opérations.

**VOUS AVEZ ÉGALEMENT LANCÉ
DE NOUVELLES OFFRES.
POUVEZ-VOUS NOUS LES
DÉTAILLER ?**

RS. Nous avons lancé, avec l'aide de Reech, une offre d'influence marketing qui vient compléter nos offres de promotion et de fidélisation. Nous avons réalisé deux événements pour présenter cette nouvelle offre à nos clients et prospects. Et nous allons d'ailleurs réaliser au 1^{er} semestre notre première campagne avec la Fondation Prodis. Enfin, à la suite d'un projet effectué en 2022 avec une grande marque d'assurance qui nous avait demandé de créer deux applications permettant de mieux gérer sa force commerciale / marketing, nous avons identifié que d'autres marques pouvaient avoir ce même type de besoins. C'est pourquoi nous proposons une nouvelle offre de Custom Software permettant d'aider les marques dans l'optimisation de leurs process marketing et commerciaux.

**De nouvelles offres
et une nouvelle
organisation pour
renouer avec
la croissance**



Guillaume Doki-Thonon
Fondateur et CEO de Reech

Reech, agence d'influence de l'année au cœur de la structuration et de la croissance du secteur

REECH A ÉTÉ DÉSIGNÉE MEILLEURE AGENCE D'INFLUENCE MARKETING DE L'ANNÉE. BRAVO ! QUELS ONT ÉTÉ LES AUTRES SUCCÈS DE REECH EN 2022 ?

Guillaume Doki-Thonon. Être élue Agence de Marketing d'Influence de l'Année, c'est un accomplissement qui récompense l'implication et le travail créatif des équipes. Une créativité qui trouve un écho retentissant dans nos campagnes, comme celle de la MACIF et son « Baromètre des addictions », où Reech a obtenu plusieurs prix pour « Dans tes rêves : La drogue » et « Aidez-moi à démanteler un cartel ». Une implication de tous nos talents, célébrée

également par l'obtention du label Tech At Work, qui vient distinguer nos qualités d'employeur (bien-être, qualité du management...) et accompagner une année riche en recrutements.

LE SECTEUR DE L'INFLUENCE MARKETING EST EN PLEIN DÉVELOPPEMENT MAIS AUSSI EN PLEINE STRUCTURATION. QUELLE EST VOTRE VISION ET VOTRE ACTION SUR CES SUJETS ?

GD. Reech a pour mission d'apporter un éclairage aux professionnels de l'influence marketing et délivrer les clés de compréhension au grand public sur les enjeux et risques du marketing d'influence. Nos études annuelles sont réalisées dans ce sens, et connaissent un grand succès qui nous permet de faire partie des acteurs sélectionnés et consultés par le ministère de l'Économie et des Finances pour structurer le monde de l'influence marketing. Par ailleurs, Reech est un membre fondateur de l'Union des Métiers de l'Influence et des Créateurs de Contenu, qui fédère tous les professionnels du secteur et les créateurs de

contenus. L'idée est d'apporter une gouvernance et des bonnes pratiques pour encadrer un métier en plein essor.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2023 ?

GD. La régulation du marché de l'influence est aussi une grande opportunité pour notre solution SaaS Reech Influence Cloud qui va accélérer en 2023 auprès d'acteurs institutionnels mondiaux (ARPP, AMF...) et décliner son offre pour répondre à leurs enjeux stratégiques de surveillance du marché de l'influence. Nous voulons également cultiver le talent de nos équipes, nourrir leur expertise au quotidien pour aller plus loin dans l'accompagnement des annonceurs et pouvoir répondre à leurs enjeux sur l'ensemble des leviers stratégiques d'influence marketing. Ainsi, la formation est au cœur de nos priorités pour 2023, avec la création d'académies métier internes. En complément, le recrutement de nouveaux talents experts et créatifs, va permettre de renforcer nos effectifs. Enfin, cette année verra le lancement du premier bootcamp/hackathon de l'influence marketing. Un événement ouvert à tous, avec le désir profond, ancré dans l'ADN de Reech, d'accompagner les transformations du marché et former les participants à une influence responsable.

Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

INTELLIGENCE
SENIOR De la réflexion
à l'action

Sophie Gaillet

Fondatrice et CEO d'Intelligence Senior



**INTELLIGENCE SENIOR EST
UN GROUPE MÉDIA AVEC
DÉSORMAIS 4 MÉDIAS.**

**POUVEZ-VOUS NOUS EN
RAPPELER LE PRINCIPE ?**

En effet, en 2022, nous avons renforcé notre positionnement du groupe média communautaire dédié aux plus de 50 ans. Ainsi, nous avons développé l'audience de nos quatre newsletters : Grand-Mercredi sur la famille et l'intergénérationnel, PartAge sur le bien-être et la santé, Projection sur la préparation et le passage à la retraite et Aimant Aidant, la dernière-née, qui s'adresse à l'ensemble des personnes aidantes en France. Nous permettons ainsi aux annonceurs de prendre la parole auprès de cette cible communautaire en montant des opérations dans une approche de storytelling et de contenus très intégrés à la newsletter. En mêlant au storytelling des newsletters des contenus spécifiques travaillés avec les annonceurs, nous atteignons des performances importantes, nous progressons en termes d'abonnés et nous avons plus d'engagement, car nos lecteurs participent aux sujets qui les intéressent. Parmi les opérations marquantes en 2022,

nous avons développé pour la marque Salvetat, eau minérale du Groupe Danone, un territoire éditorial autour de la randonnée et de la marche qui a été très fédérateur. Les contributions de lecteurs ont permis de créer une grande carte des randonnées en France.

**EN PARALLÈLE, VOUS
CONTINUEZ À PROPOSER DU
CONSEIL ET DES DISPOSITIFS
MARKETING CIBLÉS SUR LES
PLUS DE 50 ANS AUX MARQUES.
QUELS SONT LES ÉVOLUTIONS
SUR CETTE ACTIVITÉ ?**

Sur l'aspect conseil d'Intelligence Senior, nous continuons à créer des bouquets de services à destination des seniors pour plusieurs marques comme pour Amplifon qui vend des appareils auditifs. Tous les clients appareillés ont ainsi accès gratuitement, toute l'année, à la plateforme de podcast Majelan, ainsi qu'à des newsletters et des contenus. De manière plus générale, pour accompagner les clients des marques, nous avons créé un service grand parental que nous intégrons à chacun des bouquets de services car 85% des seniors sont grands-parents. Car les petits-enfants sont le premier budget des seniors après la santé et surtout leur

première préoccupation ! En effet, les grands-parents s'occupent de leurs petits-enfants environ neuf heures par semaine et durant 22 jours de vacances.

**POUVEZ-VOUS NOUS DIRE
COMMENT SE DÉVELOPPE
LA NOUVELLE OFFRE
« LES ENCHANTEURS » ?**

Sur notre activité d'animation des établissements pour personnes âgées (Ehpad, résidences senior...), le programme Les Enchanteurs permet de ré-enchanter la vie dans les établissements seniors. Ainsi, avec le Groupe Vivalto, nous avons déployé un programme inédit pour permettre au personnel de retrouver leur motivation en faisant rentrer l'humour dans les Ehpad. Le déploiement a eu lieu en novembre 2022 et c'est un outil que le Groupe Vivalto va déployer dans certains de ses établissements pour débloquent des situations complexes liés par exemple à l'absentéisme.

◆ Développement international des solutions technologiques



**REECH
INFLUENCE
CLOUD™**

3 solutions MarTech du Groupe DÉKUPLE à la conquête de l'international

Conformément à notre projet stratégique « Ambition 2025 », nous souhaitons renforcer l'internationalisation, et particulièrement l'ancrage européen, du Groupe DÉKUPLE. Une première étape consiste à étendre, sur les marchés européens, les solutions technologiques commercialisables depuis la France. Ainsi, Ividence, RocketLinks et Reech Influence Cloud se déploient à l'international.

Ividence, spécialisée en native advertising dans les

newsletters de médias, réalise déjà plus de la moitié de ses ventes à l'international. En 2023, Ividence souhaite développer des partenariats avec davantage de médias étrangers afin de pouvoir étendre la diffusion des campagnes des annonceurs sur de nouvelles géographies notamment en Europe mais aussi aux USA.

RocketLinks est la première plateforme d'achat d'articles sponsorisés proposant une offre complète alliant performances SEO et branding dans le monde entier. Fort de son catalogue international, RocketLinks propose les prix les plus compétitifs, 15% inférieurs au tarif moyen du marché, et

compte plus de 80 000 médias et blogs référencés dont plus de 45 000 sont étrangers, et plus de 20 000 anglophones.

Le développement international va se poursuivre notamment au Royaume-Uni et aux USA à la fois via de nouveaux médias mais aussi de nouveaux clients : annonceurs ou agences de search marketing. Ce développement s'accompagne de recrutements de business developers et de media traders anglophones.

Reech Influence Cloud est une solution SaaS permettant aux marques de gérer en toute autonomie les campagnes d'influence marketing en identifiant et qualifiant les meilleurs influenceurs en fonction des marchés et des cibles visées. Il est possible de gérer les contrats avec les influenceurs, activer et amplifier les campagnes directement depuis la plateforme. Utilisée à l'échelle internationale par certains grands comptes comme Yves Rocher, Reech Influence Cloud a pour ambition de séduire des grands comptes européens matures sur les sujets d'influence marketing.

Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2022



Nancy Faure

Directrice Générale de DÉKUPLE
Solutions Abonnements

QUELS ONT ÉTÉ LES FAITS MARQUANTS DE 2022 ?

L'année 2022 a été difficile en termes de recrutements d'abonnés en raison notamment de la baisse du pouvoir d'achat des Français. Le secteur de la presse a globalement souffert de cette conjoncture. Toutefois, nous avons poursuivi notre transformation multicanale avec la mise en place de messages, de primes et de parcours différenciés en fonction des profils. Nous avons intensifié le Print-to-Web qui connaît de bonnes performances, tout en

permettant de réduire l'usage du papier, ce qui présente un avantage économique et écologique. Nous avons aussi testé de nouveaux types de primes plus affinitaires qui ont su séduire les cibles de moins de 45 ans. Nous avons également conclu 6 nouveaux partenariats, dont IDKIDS et Direct Assurance. Ce dynamisme partenarial est un des socles de notre future croissance.

QUELLES ONT ÉTÉ LES INNOVATIONS MENÉES EN 2022 ?

Nous avons lancé A Vos Kids, la première offre de services ludo-éducatifs sur abonnement à destination des familles. Elle regroupe une sélection d'abonnements ayant trait à la culture, au divertissement ou à l'éducation, pensées pour le bien grandir de l'enfant de 0 à 18 ans. Cette offre est un levier fort pour nos marques partenaires dans un objectif d'acquisition et de fidélisation de leurs clients familles grâce à des services utiles qui développent la préférence de marque, contribuent à enrichir la connaissance client et maximisent la lifetime value des consommateurs. Nous avons également renforcé notre utilisation de la data dans nos centres d'appels afin d'améliorer la satisfaction client et les taux de conversion en vente par téléphone. En effet, nos outils data nous permettent de proposer le bon titre à la bonne personne. En améliorant ainsi le niveau

d'expertise de nos centres d'appels, nous améliorons la rétention client car le service est apprécié et nous pouvons maintenir voire augmenter la vente d'abonnements sur ces clients.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2023 ?

Nous allons continuer à perfectionner notre mix marketing en utilisant la data et les insights obtenus par le Lab Clients que nous avons lancé en 2022 afin d'optimiser nos investissements marketing et maximiser nos rendements. Nous allons bien sûr continuer à développer A Vos Kids en menant de nouvelles opérations avec nos partenaires historiques ou de nouveaux. Enfin, nous avons relancé, en février 2023, la marque mythique « iconique » France Abonnements, qui dispose d'une forte notoriété résiduelle, qui est connue et reconnue comme étant spécialiste des abonnements presse « les moins chers de France ». Nous avons effectué un rebranding complet qui s'accompagne d'une nouvelle formule d'abonnement. Outre la formule « classique » (prix annuel pour un abonnement d'une durée de 1 an) qui reste disponible, une nouvelle formule d'abonnement « avec paiement fractionné » va permettre de conquérir une clientèle plus jeune et plus digitale, habituée à la mensualisation notamment avec les plateformes de musique ou de vidéo en streaming.

Arnaud Delpierre

Directeur Général de DÉKUPLE Assurance

L'ANNÉE 2022 A ÉTÉ UNE BONNE ANNÉE POUR DÉKUPLE ASSURANCE. QUELS ONT ÉTÉ LES FACTEURS DE CE SUCCÈS ?

L'année a commencé avec l'intégration des équipes et de l'activité de la complémentaire santé Kovers dont nous avons racheté les actifs fin 2021 et pour laquelle nous avons renouvelé le label Assurance Santé éthique de Bureau Veritas. Nous avons donc

développé notre portefeuille Santé notamment en multipliant, dans nos opérations marketing, les tests créatifs et digitaux sur les différents leviers search marketing et réseaux sociaux. Nous avons également revu intégralement la structure du produit afin d'améliorer nos commissions. Enfin, nous avons également poursuivi notre développement sur nos activités historiques avec la mise en place d'un partenariat avec OGF ainsi que plusieurs titres de presse qui nous ont permis de toucher des cibles affinitaires. L'ensemble de ces actions nous a permis

d'atteindre nos objectifs et d'être en croissance de +14,7%.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2023 ?

Nous allons finaliser à la fin du 1^{er} semestre 2023 la refonte de notre système d'information commencée en 2022, ce qui va nous permettre d'accélérer encore les ventes digitales ainsi que notre utilisation de la data issue du PRM/CRM. Nous allons également commercialiser un nouveau produit d'indemnités journalières en cas d'hospitalisation pour compléter notre gamme de produits. Enfin, nous initions une démarche d'innovation marketing dont le premier produit a été lancé en mars 2023. Il s'agit d'une application qui s'adresse aux personnes souffrant d'hypertension, soit environ 14 millions de Français. Appelée « Ma tension », cette application a vocation à gérer l'intégralité du parcours d'un hypertendu : conseils pour les patients, mesure et sauvegarde des informations personnelles et des relevés de tension, possibilité de les partager avec son médecin traitant mais aussi, dans le cas d'indisponibilité du médecin ou de désert médical, mise en relation avec un médecin en téléconsultation pour renouvellement d'ordonnance. Ce service nous semble être un bon moyen de capter de nouveaux souscripteurs pour nos produits de complémentaire santé grâce aux services affinitaires associés.



Nos récompenses

♦ 16 prix ont été remportés par Reech

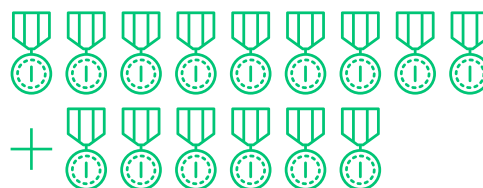


Reech a été élue
agence d'influence
de l'année



9 prix pour
"comment démanteler
un cartel?" réalisée par
Reech pour MACIF

6 prix pour
la nouvelle campagne MACIF
"Dans tes rêves, la drogue"



♦ 2 prix remportés
par l'Agence DÉKUPLE



1 prix
pour BUT dans
la catégorie
Drive-To-Store



1 prix pour
MMV dans
la catégorie Branding



► 24 prix remportés par Brainsonic



5 prix pour
"Arc Showroom" avec Arc



1 prix pour
"Label action" avec Emmaüs

2 prix pour
"#hackfriday" avec Emmaüs



3 prix pour "#fiersdefaire"
avec UIMM



1 prix
pour "la conserve,
c'est maintenant"
avec UPPIA



1 prix pour
"Les hommes
changent, pas
leurs cheveux"
avec Pétrole Hahn



4 prix
pour la nouvelle
stratégie youtube
de Leroy Merlin



BNP PARIBAS

2 prix
pour "Datalis"
avec BNP Paribas



3 prix pour
"24h holographic
surgery" Microsoft



1 prix pour
"#onserejoinsenbas"
Croix rouge
Française®

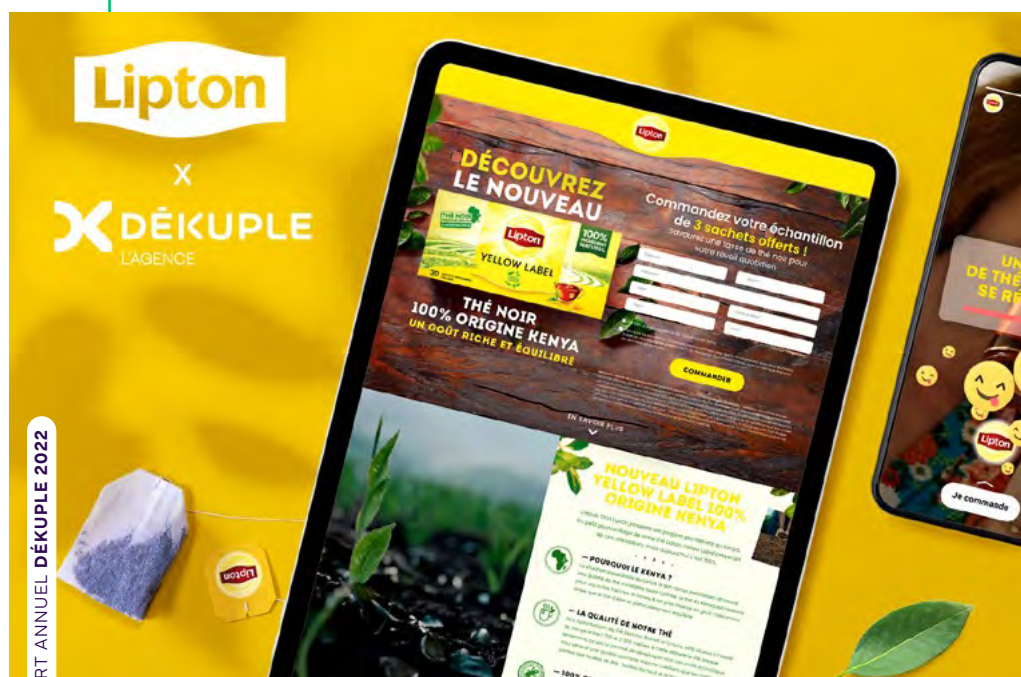


1 prix
pour "n'ignorons
plus" avec ONU
Femmes France



Les marques qui nous font confiance

◆ Lipton : une stratégie innovante d'échantillonnage dépassant les objectifs marketing fixés



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2022

RÉSULTATS :

34 000
échantillons
commandés en
e-sampling

57 000
échantillons
envoyés en asilage
colis avec BazarChic

24h
le temps qu'il aura
fallu pour que le
stock d'échantillons,
prévu initialement
pour une campagne
de 2 mois, soit épuisé

40 000
visites sur le site
lors du premier jour
de la campagne

71 000
visites sur le site
durant la campagne

84%
de taux de
conversion sur
la landing

Dans le cadre de la sortie de la nouvelle gamme lipton Yellow Label Thé noir, la marque a fait appel à l'Agence DÉKUPLE afin de lui proposer des idées d'activation pour :

- ◆ Permettre aux consommateurs de tester (ou re-tester) le produit
- ◆ Améliorer la perception du Yellow Label en capitalisant sur la nouvelle recette.

Pour cela, L'Agence a développé un dispositif basé sur 2 formes d'échantillonnage complémentaires :

- ◆ un volet colisage ciblé (échantillons de thé dans les colis de Bazarchic) pour garantir la distribution d'un certain volume d'échantillons à un coût optimisé.
- ◆ un volet e-sampling (demande d'échantillons via le web) permettant de faire découvrir le produit à une cible définie tout en collectant de la data first-party.

En complément, l'Agence a imaginé un dispositif social media qui associe branding et génération de leads.

◆ BUT : repenser et faire performer les actions Drive-to-store

En 2021, pour l'enseigne d'ameublement BUT, le prospectus papier était le 1^{er} levier d'activation marketing et commerciale.

Dans un environnement de transformation digitale :

- ◆ arrivée du OuiPub, hausse du prix du papier, et enjeux RSE...BUT décide de s'engager dans la digitalisation de son dispositif drive-to-store.
- ◆ mise en place d'une stratégie Mix Media avec des tests de nouveaux canaux (display, search, SMS, TV...), avec une approche différenciée sur 5 typologies

de magasins couvrant les 315 points de vente

C'est dans ce contexte que l'Agence DÉKUPLE a accompagné BUT pour mettre en place des campagnes Drive to Store avec la fourniture de data géolocalisée par magasin, la création et la mise en place des campagnes. Les performances de trafic en point de vente, par magasin et par campagne, ont été mesurées grâce à la solution Track in the Shop (Okube).

L'Agence DÉKUPLE a mis en place une stratégie alternative au tract, testée sur différentes zones selon

un protocole rigoureux. Les enjeux de BUT étaient de driver du trafic en magasin, d'acquérir de nouveaux clients, de répondre à la contrainte du local et de mesurer l'impact sur le trafic en magasin. Les campagnes BUT menées par l'agence DÉKUPLE obtiennent des résultats exceptionnels sur les zones de chalandise des 315 magasins : Soldes, Rentrée, Anniversaire 50 ans BUT, Journées Portes Ouvertes Cuisine et Black Friday.

Ce partenariat a d'ailleurs été récompensé aux Trophées Marketing en obtenant le Prix Or de la Catégorie Drive to Store.



RÉSULTATS :

5,78€
Coût Par Visite
Incrémentale (CPVI)

Taux de clic
atteint :

25% lors de
la campagne Soldes
(et certains magasins
atteignant 38% en meilleure
performance) (Versus un taux
moyen habituel de 3-4%).

Ce partenariat a
d'ailleurs été
récompensé aux
Trophées Marketing
en obtenant le Prix Or
de la Catégorie Drive
to Store.

Les marques qui nous font confiance

◆ MACIF : sensibiliser massivement via les réseaux sociaux les jeunes aux dangers des addictions

Assureur préventeur engagé auprès des jeunes, la Macif a lancé avec Ipsos le 1^{er} baromètre sur les addictions et leurs conséquences chez les 16-30 ans. Une étude annuelle dont les résultats ont poussé l'assureur à proposer des solutions de prévention adaptées.

Après une campagne plus que réussie avec le youtubeur Ludovik, La Macif s'est à nouveau tournée vers Reech pour donner de la force à ce sujet grâce à une campagne d'influence.

Reech a choisi de prendre le contrepied des communications moralisantes en faisant confiance à Lollywood pour une vidéo décalée et pleine d'humour afin de sensibiliser la jeune génération dans un format qui leur parle nommée : "Dans tes rêves la drogue".

RÉSULTATS :

700 000
vues de la vidéo

60 000
engagements

6
récompenses
obtenues avec
cette campagne



◆ BIC mise sur la créativité des influenceurs et des internautes



BIC a fait appel à Reech pour travailler la notoriété et l'usage de la gamme colorée BIC Intensity à travers une campagne au scope international autour de la créativité au quotidien pour les non-experts.

RÉSULTATS:

4,3
millions d'impressions

150 000
engagements

Pour répondre à cela, Reech a imaginé la "BIC Intensity Creative Week": dans 4 pays, un artiste met un pool d'influenceurs au défi d'intégrer de la créativité dans leur quotidien. Après avoir eux-mêmes décoré leur carton d'invitation à la BIC Intensity Creative Week, un profil par jour partage son interprétation et sa réponse au défi lancé par l'artiste.

43
profils
d'influenceurs
activés

6
en Espagne,
Pologne et
Allemagne

12
en France
et 12+1 au UK
(1 profil sur Tiktok)

110
contenus
au total

Les marques qui nous font confiance

◆ Animation de la e-collaboration Distributeur-Fournisseurs chez Carrefour

Converteo a eu l'opportunité d'accompagner le groupe Carrefour dans le cadrage et le déploiement d'une offre de services afin de développer la relation entre le distributeur et ses fournisseurs et améliorer la performance e-Commerce de leurs produits.



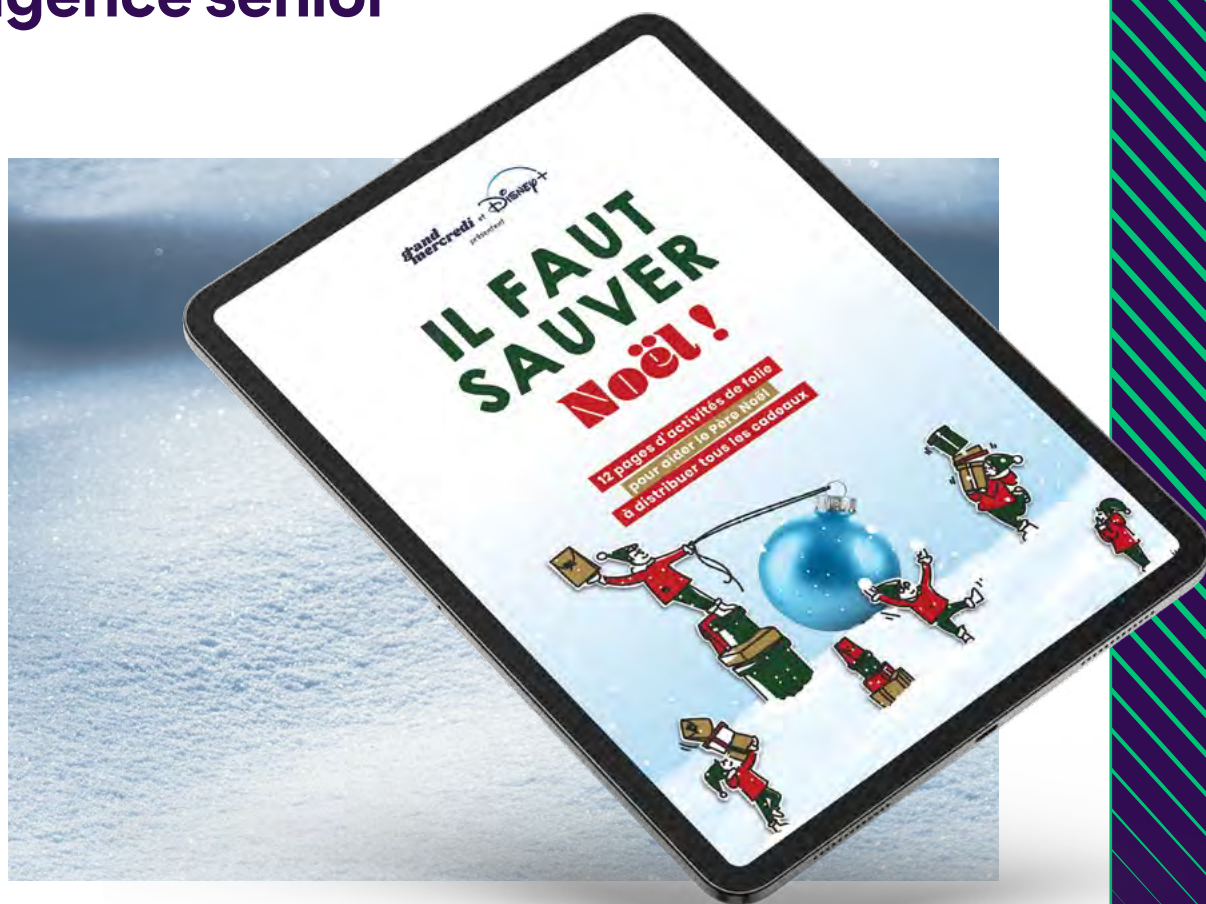
Cette nouvelle méthode de "e-collaboration" basée sur l'exploitation des données permet aux deux parties de débloquer les sujets du quotidien avec agilité et d'identifier rapidement les chantiers à valeur. Se met alors en place un cercle vertueux qui permet la mise en place d'initiatives e-commerce communes toujours plus avancées.

Sept de nos consultants ont rejoint l'équipe e-collaboration chez Carrefour. Après 2 ans, ce sont près de 60 fournisseurs qui bénéficient aujourd'hui du service, et qui voient leurs indicateurs opérationnels et leur chiffre d'affaires progresser. Une collaboration gagnant/gagnant!

"Les profils de Converteo permettent à l'équipe e-commerce de Carrefour de proposer à ses fournisseurs un service eCollaboration de qualité : un accompagnement expert avec pour objectif d'améliorer la performance commerciale, fluidifier le pilotage quotidien des opérations et l'efficacité de leurs assortiments."

**ROMAIN FRANCOIS, DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT
COMMERCIAL E-COMMERCE CHEZ CARREFOUR**

◆ Disney + rassemble les familles avec Intelligence senior



Disney + a voulu faire découvrir la sélection de programmes à regarder en famille pendant les fêtes de fin d'année.

Ainsi, pour cette période phare qui rassemble grands-parents et petits-enfants, le média Grand Mercredi s'est associé à Disney + avec son cahier

de Noël. Un cadeau téléchargeable gratuitement, à imprimer puis à distribuer autour de soi au moment des fêtes.

RÉSULTATS:

+ de 30 000 cahiers téléchargés

+ de 100 000 vues de la vidéo

12 pages de jeux et d'aventures pour aider le Père Noël dans sa mission: réussir à livrer tous ses cadeaux à temps! Les Petits-Enfants arriveront-ils à sauver Noël grâce à l'aide de leurs héros Disney+ préférés?

Les marques qui nous font confiance

◆ Orange Bank lance le Prêt Express, son crédit à la consommation



Parce que nos vies sont bien remplies et que chaque projet est une nouvelle histoire, Brainsonic a accompagné la banque en ligne française et filiale de l'opérateur Orange dans sa volonté de mettre en avant l'accessibilité et la rapidité de sa nouvelle offre de prêt, avec son parcours 100 % digital, ses dernières innovations technologiques sécurisées et sa nouvelle expérience client.

RÉSULTATS

La campagne affiche des résultats exceptionnels pour Orange Bank :

+34%
d'audience sur le site OrangeBank.fr

Une accélération des ventes multipliée par **7**

7 millions
de Français cœur de cible touchés durant la campagne

Des retombées dans la presse BtoB sur le concept créatif de la campagne

Des retours positifs en interne au sein des équipes Orange Bank et la fierté des équipes

À cette occasion, une nouvelle campagne de communication a été lancée.

Cette campagne a plusieurs objectifs :

- ◆ Faire connaître cette nouvelle offre innovante sur le marché et continuer de faire connaître la marque ;
- ◆ Interpeller les prospects et expliquer pourquoi choisir Orange Bank ;
- ◆ Engager et développer la préférence de marque.

La campagne met en avant la rapidité d'Orange Bank pour permettre aux gens de réaliser rapidement leurs projets et de vivre leur histoire. C'est, par exemple, l'histoire d'une fille qui veut passer à l'électrique ou encore celle d'un mec qui veut refaire sa cuisine... et paf le Prêt.

Cette campagne, audacieuse, utilise un concept créatif qui permet de faire un focus sur la simplicité et la rapidité avec ses accroches typographiques sur fond blanc, et de se décliner sur plusieurs canaux de diffusions.

◆ Agissements sexistes, violences sexuelles : Le groupe RATP affiche une tolérance zéro

Brainsonic a accompagné la RATP pour faire prendre conscience aux salariés du groupe des enjeux autour des agissements sexistes et violences sexuelles tout en encourageant la libération de la parole des victimes et des témoins.

L'objectif était de sensibiliser l'ensemble des salariés du groupe aux agissements sexistes et violences sexuelles afin d'inciter les victimes ou témoins à prévenir, agir et libérer la parole à ce sujet. La marque souhaitait aussi développer la notoriété de la personne référente dans l'entreprise en matière de lutte contre les agissements

sexistes et violences sexuelles qui peut être contactée à tout moment.

Afin d'éveiller les consciences sur ce sujet et de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs, un dispositif mutli-canal a été déployé :

- ◆ un kit de communication pour l'ensemble des managers;
- ◆ des affiches internes;

- ◆ des gifs pour les boucles de messagerie très utilisées pour les collaborateurs non connectés;
- ◆ une page de campagne dédiée sur l'intranet;
- ◆ 4 films diffusés en boucle sur les écrans dans les différents bureaux. Films qui permettent également d'illustrer les sessions de sensibilisation.



RÉSULTATS

Près de 6000 affiches
5000 stickers et **200** kakémonos
ont été déployés au sein du Groupe RATP

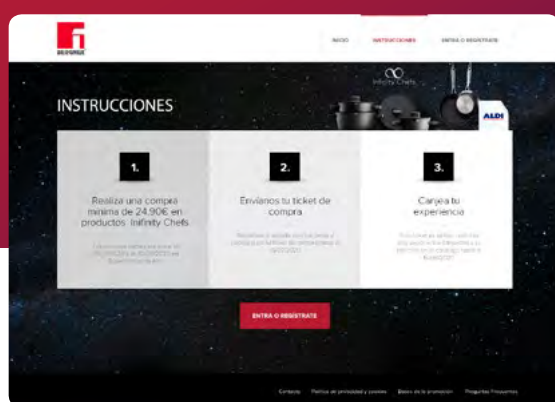
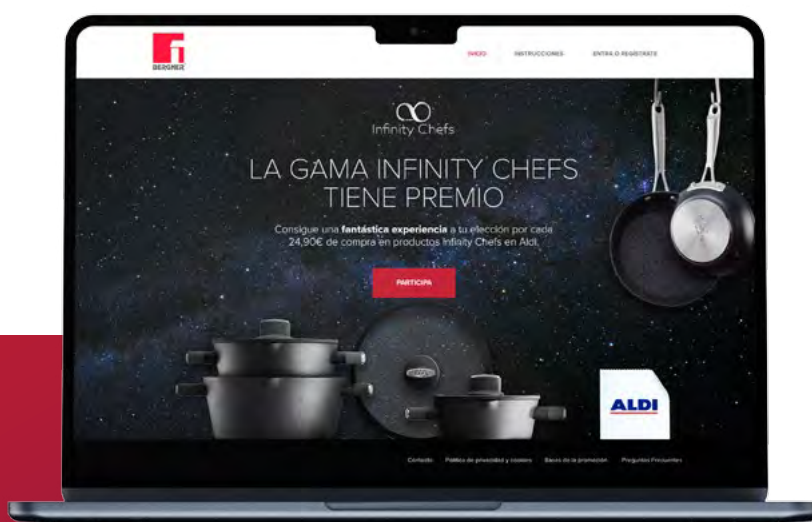
+ de 10 000
visites de l'espace
harcèlement
sur l'intranet

25% de
témoignages directs
pendant la campagne

30% des
collaborateurs disent
avoir vu la campagne
lors de cette première
campagne

Les marques qui nous font confiance

◆ Bergner et Aldi font vivre des expériences à leurs consommateurs espagnols



Bergner, marque d'articles de cuisine, souhaitait lancer une campagne promotionnelle dans les supermarchés ALDI pour encourager la vente de ses produits Infinity Chefs.

DÉKUPLE a mis en œuvre une campagne basée sur la récompense: pour tout achat de deux produits, soit

un minimum de 24,50€, les consommateurs recevaient un bon d'achat leur permettant de choisir parmi un catalogue d'expériences (cours de cuisine en ligne, session bien-être, visite d'un domaine viticole et dégustation...).

DÉKUPLE a réalisé de bout en bout le dispositif:

◆ création d'une page web

dédiée à l'opération (conception, design, développement, aspects juridiques...) Les consommateurs devaient importer leurs tickets de caisse dans le site puis recevaient un mail avec leurs bons-cadeaux.

- ◆ Envoi de communications transactionnelles aux clients tout au long de la campagne via emails.
- ◆ Reporting des KPI de la campagne auprès de la marque: chaque mois, un rapport est fourni à Bergner avec le pourcentage d'utilisateurs qui ont utilisé leurs bons-cadeaux pour vivre une expérience.

La campagne a été prolongée jusqu'au mois de Février 2023 et sera relancée courant 2023.

► Plus de 500 marques nous font confiance

Énergie



Grande consommation



Loisirs et Tourisme



Luxe



Distribution alimentaire



Distribution spécialisée



Industrie



Automobile



Télécom/high Tech



Banque et Assurance



Service



Santé



Caritatif



Développement de la visibilité et de la notoriété de DÉKUPLE

L'année 2022 a été l'année des 50 ans du Groupe, mais aussi le 1^{er} anniversaire de la marque DÉKUPLE.

Pour accroître notre visibilité et notre notoriété auprès de toutes nos cibles (Clients, Candidats, Entrepreneurs, Partenaires, Investisseurs, Journalistes...) nous avons :

- ◆ développé notre storytelling autour des 50 ans en valorisant l'ensemble de nos activités et de nos expertises, notamment sur LinkedIn mais également grâce à un supplément du magazine Stratégies
- ◆ noué un partenariat avec William Mathelin-Moreaux, skipper du Class40 DÉKUPLE.



Supplément Stratégies Collections

DÉKUPLE s'est associé au magazine Stratégies, média référent dans le secteur de la communication et du marketing, pour réaliser un supplément dédié aux expertises du Groupe DÉKUPLE. Ce supplément de 36 pages a été diffusé le 22 septembre 2022 à plus de 12 000 exemplaires papier et a également été proposé à la consultation numérique via la newsletter de Stratégies envoyée à 70 000 contacts parmi lesquels de nombreux annonceurs, prospects et clients du Groupe DÉKUPLE.



BAPTÊME DU CLASS40 DÉKUPLE À SAINT-MALO.

« Depuis le lancement de la marque DÉKUPLE fin septembre 2021, nous cherchions bien sûr des moyens pour développer la visibilité et la notoriété de DÉKUPLE. Nous réfléchissions au sponsoring sportif et à la voile, sport en totale adéquation avec nos valeurs d'Esprit de conquête, de Respect et d'Entraide. La rencontre avec William Mathelin-Moreaux a été déterminante. Grâce à sa personnalité, ses valeurs, son profil d'entrepreneur, et son potentiel sportif, il a littéralement réussi à « embarquer » les collaborateurs du Groupe qui ont été les ambassadeurs du projet Class40 DÉKUPLE dans un contexte à la fois professionnel et personnel. Nous avons communiqué sur les réseaux sociaux, mais aussi auprès de nos clients et partenaires qui ont suivi la préparation de la Route du Rhum puis évidemment la course en elle-même. L'ensemble du projet autour de William a été un booster de visibilité et de notoriété pour DÉKUPLE. Au-delà de la forte visibilité et de la notoriété accrue, nous avons également fortement ressenti que ce projet avait permis de développer une image sympathique et positive pour DÉKUPLE. Nous sommes heureux de poursuivre ce partenariat avec William qui est à la fois une très

belle rencontre et une alchimie parfaite entre son projet et notre entreprise. »



PHILIPPE LE MEAU,
DIRECTEUR DE LA STRATÉGIE,
DU MARKETING ET
DE LA COMMUNICATION



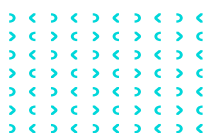
◆ Résultats des actions menées autour du sponsoring voile en 2022:

Une valorisation de la marque employeur

- ◆ Sur 700 collaborateurs (en mai 2022), la plupart se sont déclarés favorables au sponsoring voile et au profil du skipper. 20% d'entre eux se sont déclarés très motivés pour participer à des actions de valorisation du sponsoring.
 - ◆ 2 conférences organisées par le skipper auprès des collaborateurs du Groupe
- Grâce aux jeux concours :
- ◆ 30 collaborateurs ont visité le village de la Route du Rhum à Saint-Malo en octobre 2022.



VISITE DU VILLAGE DE LA ROUTE DU RHUM PAR LES COLLABORATEURS DE DÉKUPLE À SAINT-MALO.



- ◆ Une quinzaine de collaborateurs a navigué sur le Class40 DÉKUPLE.
- ◆ 6 collaborateurs ont participé au baptême du bateau en septembre 2022.
- ◆ 4 collaborateurs ont été invités à Pointe-à-Pitre comme comité d'accueil du champion et reporters son arrivée, suite à leur participation à un challenge d'ambassadeurs DÉKUPLE consistant à valoriser la maquette du Class40 DÉKUPLE sur les réseaux sociaux.



COMITÉ D'ACCUEIL À L'ARRIVÉE DE WILLIAM À POINTE-À-PITRE.

Un apport en matière de relations publiques

- ◆ Une vingtaine de clients a navigué sur le Class40 DÉKUPLE.
- ◆ Plus de 6 000 vues sur les réseaux sociaux pour la carte de vœux vidéo 2023 mettant en scène les images du skipper et du voilier racontant l'année passée et les ambitions du Groupe pour 2025, comme une métaphore de DÉKUPLE et de son avenir qui se profile à l'horizon.

Un accroissement de la visibilité de la marque

- ◆ Plus de 60 retombées dans les médias.
- ◆ Un partenariat éditorial avec Voiles et Voiliers qui a généré 8 articles et des vidéos fournies par William Mathelin-Moreaux permettant de suivre la course du skipper.
- ◆ Plus de 200 000 posts vus sur LinkedIn.

Les principaux enjeux RH et RSE de 2023

Marie-Laure Ricard

Directrice Ressources Humaines
et RSE Groupe



QUELLES ONT ÉTÉ LES NOUVEAUTÉS RH EN 2022 ?

Marie-Laure Ricard. En 2022, nous avons un très gros enjeu de recrutement. Ainsi, malgré la pression du marché, 258 CDI, experts du digital et de la data nous ont rejoints, principalement dans notre Pôle Conseil & Technologie, Converteo. La communication sur notre marque employeur a été accrue, notamment au travers de vidéos de témoignages de nos collaborateurs, nos meilleurs ambassadeurs, sur les réseaux sociaux. La même année, 3 prises de participation nous ont permis de poursuivre notre dynamique de croissance et d'accueillir de nouveaux collaborateurs : 126 chez Brainsonic, 8 chez Duhno Marketing en Chine et 36 chez Smart Traffik. Nous avons également, en ligne avec notre adhésion au Global Compact et l'ODD "éducation de qualité", intégré 43 alternants et 43 stagiaires. Nos 50 ans en juin 2022, ont été l'occasion d'une belle fête rassemblant l'ensemble des équipes pour un après-midi ludique et une très joyeuse soirée !

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES DE 2023 ?

Marie-Laure Ricard. Nous venons de passer le cap des 1000 collaborateurs, c'est pour nous une occasion et un challenge de développer les mobilités internes, la politique de cooptation, et bien sûr le développement des compétences de nos équipes. Le partage des expertises, des expériences et de la connaissance doit se diffuser au sein du Groupe. Cela correspond à nos valeurs d'esprit de conquête, de respect et d'entraide. Notre objectif de recrutement reste élevé avec plus de 200 postes en CDI ou stages et alternances. Nous allons consolider nos liens notamment avec l'Hetic, école du web et du numérique.

“Nous travaillons sur l'éducation de qualité qui préparera les jeunes dans l'apprentissage de nos futurs métiers, et bien évidemment sur la réduction de notre empreinte carbone.”

QUELS SERONT LES ENJEUX RSE DU GROUPE ?

Marie-Laure Ricard. Nos engagements concernent tout autant les axes de la gouvernance, environnementaux et sociaux. Ils s'appuient sur ceux du Global Compact auquel le Groupe est adhérent. Nous poursuivons et développons les actions menées ces dernières années. Nous visons plus particulièrement l'expérience collaborateur, le développement, le bien-être et la santé de nos équipes qui font notre Groupe et la diversité qui nous enrichit. Nous travaillons également sur l'éducation de qualité qui préparera les jeunes dans l'apprentissage de nos futurs métiers, et bien évidemment sur la réduction de notre empreinte carbone pour la préservation de notre environnement.



L'année RH en quelques chiffres

258

recrutements
en CDI

110

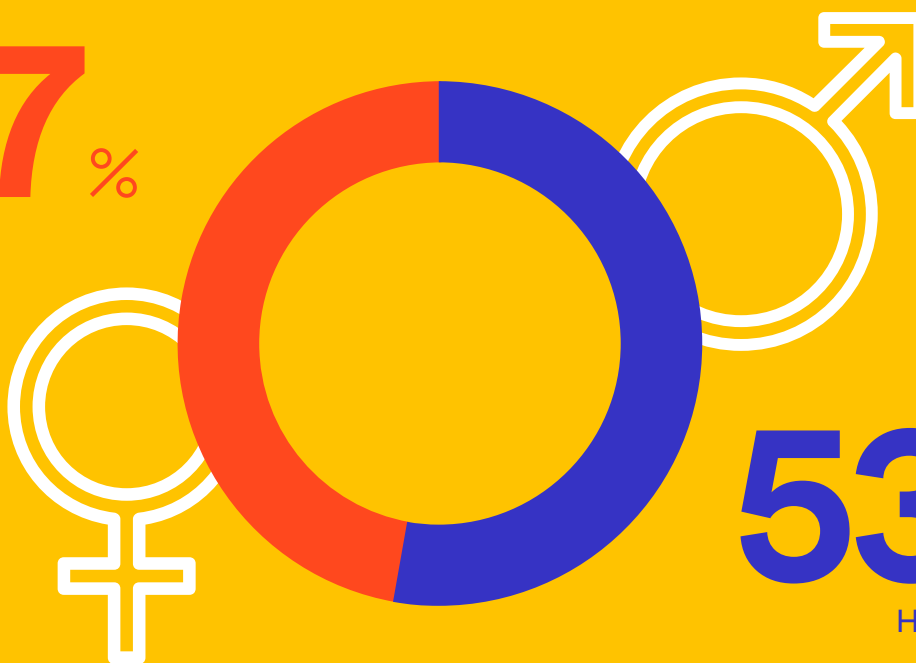
collaborateurs
ont changé de poste
ou de service

35,8

ans de
moyenne
d'âge

47 %

Femmes



53 %

Hommes

982

collaborateurs
à fin décembre 2022

92%

contrats
CDI

78%

des collaborateurs
formés

14192

heures de formations
dispensées

Un dialogue social important avec

46

réunions avec les Instances
Représentatives du personnel

Répartition des effectifs par pôles commerciaux

Décembre 2022

	Pôle Conseil & Technologie	361
	Pôle Engagement Marketing	126
	Pôle Agences et Solutions France	169
	Pôle Agences et Solutions Ibéria	76
	Pôle Solutions Abonnements	96
	Pôle Assurance	34
	Pôle diversification BtoC	5
	Fonctions transverses Groupe	71

TOTAL

982

Au 31 décembre 2022, le nombre total de salariés inscrits à l'effectif du Groupe était de 982 collaborateurs, CDI, CDD, alternants et stagiaires. Cet effectif inclut les équipes des dernières sociétés qui ont rejoint le Groupe au cours du dernier trimestre 2022:

Duhno	8
Smart Traffik	36

DÉKUPLE est engagé sur **9 Objectifs de Développement Durable** du Global Compact de l'ONU

“Depuis notre adhésion au Global Compact en 2020, nous avons renforcé notre politique d'alternance, afin de soutenir notre objectif de développement durable pour une éducation de qualité. Au sein du Groupe DÉKUPLE, l'alternance est un enjeu important, car elle nous permet d'attirer et de former de jeunes talents qui seront les futurs acteurs du marché du travail. Cela nous permet également de créer un vivier de talents dynamiques, motivés et compétents qui peuvent apporter de nouvelles perspectives à notre Groupe. Enfin, l'alternance nous permet de renforcer nos liens avec les écoles qui forment à nos métiers : c'est dans ce cadre que nous avons mis en place des partenariats avec HETIC et ISCOM en 2022. Nous allons continuer à développer notre politique alternance dans les prochaines années, car elle répond aux forts enjeux de croissance et de recrutement qu'ont les entités du Groupe.”

ANTHONY MOREAU,
RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT
RH GROUPE

4 engagements forts parmi les 9 ODD pour lesquels DÉKUPLE se mobilise



Éducation de qualité



Égalité entre les sexes



Consommation et production responsables



Santé & bien-être

86

alternants
et stagiaires
ont rejoint
le Groupe
en 2022



► Éducation de qualité

Partenariat avec des écoles

Notre politique de Ressources Humaines a pour ambition d'attirer et de fidéliser les jeunes talents. Nous développons ainsi des partenariats avec les écoles et universités qui forment à nos métiers. Ainsi, en 2022 nous avons initié des partenariats avec deux écoles.

Avec l'HETIC, DÉKUPLE propose un parcours conjoint afin de former des étudiants aux métiers du marketing digital et du data marketing.

Le Groupe a également participé à la semaine "future of work" de l'ISCOM pour donner l'opportunité à des élèves de 5^e année de travailler sur un cas précis.

My job glasses

Depuis février 2021, DÉKUPLE est associé à My Job Glasses, une solution pour toute personne en recherche d'information sur un métier, une entreprise, une compétence en les mettant en relation avec des professionnels de tous secteurs. En 2022, nos 25 ambassadeurs DÉKUPLE se sont relayés pour les accompagner dans leurs parcours scolaires et leurs avenir professionnels. L'aventure continue en 2023 avec de nouveaux ambassadeurs.

Interview top ambassadeur my job glasses 2022

"Ce que je retiens de ces 4 années de mentoring auprès de jeunes allant jusqu'à bac + 5, c'est qu'ils sont perdus dans la jungle des formations ou des métiers du digital et de la data qui évoluent en permanence. Il faut les aider au maximum à se repérer, à identifier leurs souhaits, dans leur formation et dans leurs futurs choix professionnels"



PHILIPPE LE MEAU,
DIRECTEUR STRATÉGIE,
MARKETING ET COMMUNICATION.



► Égalité entre les sexes

Nous soutenons la promotion de l'égalité des chances en intégrant la mixité professionnelle à la culture du Groupe. Cet engagement se traduit notamment par la signature de la Charte de la diversité, qui contribue à développer un management respectueux des différences et fondé sur la confiance.

Nous sommes fiers de compter actuellement 47% de femmes dans nos équipes et d'avoir obtenu, pour l'Index dédié à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en 2022, une note de 98/100 (ADLPartner SA, raison sociale de DÉKUPLE), évaluant différents critères comme l'écart de rémunérations, d'augmentations ou

le pourcentage de salariées ayant bénéficié d'une augmentation à leur retour de congé maternité.

Nous sommes déterminés à faire notre part pour aider à briser les stéréotypes de genre, à promouvoir l'inclusion et à créer un environnement de travail équitable et respectueux pour tous les membres de notre équipe.



► Consommation et production responsables

Bilan carbone

Le Groupe DÉKUPLE a lancé en 2022 avec EKODEV un premier bilan carbone pour l'ensemble de ses activités, avec une mesure de ses émissions jusqu'au « scope 3 », c'est-à-dire une mesure de l'empreinte carbone la plus exhaustive possible, incluant toutes les émissions directes et indirectes de l'entreprise. Les enjeux de cette mesure sont :

- ◆ Identifier et hiérarchiser les sources d'émissions majeures du Groupe ;
- ◆ Définir un plan d'action de réduction de ses émissions ;
- ◆ Disposer d'une année de référence afin de suivre l'évolution des émissions.

Le bilan carbone, opéré en 2022 sur l'année 2021, permet au Groupe d'orienter ses actions avec pour objectif de réduire son empreinte carbone par K€ de chiffre d'affaires ou de marge brute, par nouvel abonné ou par collaborateur en Équivalent Temps Plein. Le Groupe entend ainsi prendre en compte la diversité et l'évolution de ses activités. Dans cette perspective, pour plus d'efficacité, d'implication des équipes, les activités ont été réparties en 4 sous-groupes qui correspondent à des équipes opérationnelles, sur des sujets ciblés. 4 ateliers ont été tenus au cours de l'exercice afin de valider 4 plans d'action, chacun avec des objectifs chiffrés à 3 ans.

Plan de sobriété énergétique

L'envolée des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique ont conduit l'UES DÉKUPLE*, mais également les sociétés Reech, Converteo et DÉKUPLE Ingénierie Marketing BtoB, à mettre en œuvre un plan de sobriété énergétique pour l'automne et l'hiver 2022-2023 à compter d'octobre 2022.

L'UES DÉKUPLE vise notamment une diminution de ses consommations d'au moins 15 % dès 2023. Des actions ont été identifiées pour les 3 sites de Montreuil, Chantilly et Toucy, certaines immédiatement applicables, d'autres à l'étude. Ce plan d'action évolutif, concerté en interne et avec les élus locaux, entérine par exemple une limitation des températures à 19° dans les locaux et implique l'ensemble des collaborateurs dans le respect de quelques « bonnes pratiques au quotidien ».

Partenariat avec l'ONF

DÉKUPLE est partenaire de l'ONF (Office National des Forêts) depuis maintenant 12 ans. Le Groupe a, en effet, à cœur de préserver la nature pour les générations futures en veillant à la limitation et au recyclage des déchets, ainsi qu'à la préservation des ressources énergétiques et des ressources naturelles.

Le Groupe œuvre aux côtés de l'ONF avec plusieurs types d'actions :

- ◆ le reboisement de deux forêts, les forêts de Montmorency et d'Ermenonville.
- ◆ le financement de sorties en forêt pour des scolaires d'Ile-de-France et de l'Oise.

En 2022, le Groupe a choisi, entre autres, de participer au financement de la restauration de la zone humide du Grand Marais, dans la Forêt Domaniale de Compiègne. Cette restauration écologique, menée sur 6,7 ha du Canton du Grand Marais constitue la première étape d'une restauration potentielle de l'ensemble de la zone humide, dont le potentiel total de surface restaurable est de 14 ha.

*Unité économique et sociale regroupant 6 sociétés du Groupe (ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Leoo, Ividence et DÉKUPLE Ingénierie Marketing)



► Santé et bien-être

“DÉKUPLE inscrit la démarche de qualité de vie au travail (QVT) dans la durée, qui est une priorité d'action de sa politique sociale. Pour chacun des collaborateurs, le travail chez DÉKUPLE doit être un vecteur de développement professionnel et personnel. Depuis 2020, DÉKUPLE a mis en place pour plusieurs de ses filiales un baromètre social d'entreprise « Poplee » ex-“Bloom at Work”.

Les enquêtes d'engagement collaborateurs agissent comme un baromètre QVT, elles aident à établir notre diagnostic QVT et à trouver rapidement des solutions faciles à mettre en œuvre pour améliorer le bien-être au travail de nos équipes. Les bénéfices d'une enquête QVT régulière sont évidents. D'abord, les collaborateurs se sentent plus écoutés : ils donnent leurs avis de manière anonyme, et cela les valorise et leur donne la reconnaissance et l'écoute dont ils ont besoin. Ensuite, c'est un moyen efficace de prendre le pouls de nos équipes pour travailler à l'amélioration de l'expérience collaborateur sur une base concrète.

En 2022, les taux moyens de participation à l'enquête QVT sont de 59 %, et les taux moyens d'épanouissement sont de 7,9 sur 10, pour le périmètre couvrant les sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Leoo, DÉKUPLE Ingénierie Marketing et Ividence.”



MARIE-LAURE RICARD
DIRECTRICE RESSOURCES
HUMAINES ET RSE GROUPE



“Converteo compte désormais plus de 400 salariés, depuis le début d'année 2023. C'est un cap dont nous sommes très fiers, qui permet de renforcer toutes les expertises du cabinet, au service de nos clients. Mais c'est également un moment important qui nous amène à consolider nos process, l'organisation de nos équipes, la dynamique collective, tout en gardant comme priorité la progression et l'épanouissement de chacun de nos collaborateurs.

Au cours de l'année 2023, nous allons déployer une politique RSE co-construite ces derniers mois avec nos équipes. Grâce à notre partenariat avec Vendredi (plateforme RSE qui permet de mobiliser les salariés sur les grands enjeux sociaux et environnementaux), nous proposons par exemple à chacun de s'investir sur des actions pro-bono. L'année sera aussi marquée par des mesures en faveur d'un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la parentalité qui verront le jour, notamment avec la mise en place de berceaux en crèche, une adaptation des missions après l'arrivée d'un enfant et la mise en place d'un guide dédié à la parentalité.”



FLORA HERBET,
DIRECTRICE RESSOURCES
HUMAINES CONVERTEO



Analyse financière et stratégie d'investissement

Emmanuel Gougeon

Directeur Général Adjoint Finances,

M&A, DSI du Groupe DÉKUPLE



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2022



LE GROUPE DÉKUPLE EST SOLIDE FINANCIÈREMENT ET DISPOSE DES CAPACITÉS NÉCESSAIRES POUR FINANCER SA CROISSANCE ORGANIQUE ET EXTERNE.

Emmanuel Gougeon. De manière générale, les bons résultats de l'exercice 2022 traduisent, une nouvelle fois, la solidité du Groupe DÉKUPLE et la résilience de son modèle diversifié. Ceci se vérifie particulièrement dans une année 2022 où la crise économique, à travers notamment la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs et la réduction des investissements marketing des entreprises, a impacté directement certaines de nos activités. Néanmoins, notre chiffre d'affaires a progressé de +10,3% pour atteindre 181,2M€ et le résultat net part du Groupe a connu une croissance de +28,3% en s'établissant à 10,9M€. Le bilan de notre Groupe ainsi que notre trésorerie importante nous permettent de poursuivre notre développement, de façon organique ou par des acquisitions ciblées. Par ailleurs, en 2022, nous avons augmenté nos capacités de financement via des emprunts souscrits pour un montant total de 23M€ à des taux d'intérêt d'avant crise, ce qui constitue pour nous une réserve utile de liquidités à un coût attractif pour soutenir notre développement.

NOUS ALLONS CONTINUER À INVESTIR EN CROISSANCE EXTERNE POUR DEVENIR UN LEADER DU DATA MARKETING EUROPÉEN.

EG. Nous poursuivons notre renforcement sur des leviers en lien avec le data-marketing qui complètent nos expertises, comme nous avons pu le faire en 2022 avec Brainsonic (engagement marketing), Smart Traffik (web-to-store et mesure du trafic en point de vente) ou encore Duhno Marketing (agence de consumer marketing à Shanghai accompagnant des marques européennes sur les marchés intérieurs chinois). Au-delà de l'élargissement de nos expertises, notre

développement s'inscrit dans notre logique de construction d'un groupe de multi-entrepreneurs, en nous associant sur le long terme avec des entrepreneurs qui auront à cœur de nous rejoindre, pour d'une part, partager notre projet au service de la valeur créée pour nos clients et d'autre part, valoriser, sur la durée, l'entreprise qu'ils ont créée.

NOUS CHERCHONS À RENFORCER NOTRE ANCRAGE EUROPÉEN ET À NOUS DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL.

EG. Nous sommes aujourd'hui présents en France, en Espagne, au Portugal et en Chine. Et certaines de nos activités de marketing digital participent à des projets pan-européens ou internationaux. Nous souhaitons renforcer notre ancrage international de façon raisonnée mais déterminée. Notre internationalisation est lancée depuis la France vers les marchés européens pour 3 activités technologiques en mode SAAS : Reech Influence Cloud, RocketLinks et Ividence. Nous envisageons d'étendre cette approche à d'autres solutions technologiques du Groupe. Enfin, pour les activités de conseil et de services en marketing digital et data marketing, nous regardons avec attention certaines sociétés avec qui nous pourrions nouer des partenariats dans les pays d'Europe où nous envisageons de nous implanter d'ici 2025.

EN CROISSANCE ORGANIQUE, NOUS EXPÉRIMENTONS DE NOUVEAUX BUSINESS MODELS POUR DIVERSIFIER NOS ACTIVITÉS EN COHÉRENCE AVEC NOS OBJECTIFS DE RENTABILITÉ.

EG. Parmi nos valeurs, l'esprit de conquête nous fait explorer différents business models et de nouvelles activités. Certaines ont connu un bon développement comme la complémentaire santé en Assurance ou bien de nouvelles offres chez Convertéo, Brainsonic et Reech, ce qui confirme la pertinence de nos investissements. Quand les tests ne trouvent pas leur marché, nous réduisons rapidement nos investissements. Ainsi en 2022, face au ralentissement économique, nous avons décidé d'arrêter certaines offres BtoC, et de même, dans nos activités BtoB, nous avons réintégré à nos offres de service, des technologies incubées dans des structures autonomes au départ. Cela nous permet d'élargir la gamme de services à nos clients en optimisant l'investissement dans leur développement. Enfin plus classiquement, nous avons optimisé l'organigramme du

“Parmi nos valeurs, l'esprit de conquête nous fait explorer différents business models et de nouvelles activités.”

Groupe pour atteindre des masses critiques et réaliser des économies de coûts.

NOUS ALLONS CONTINUER À INVESTIR EN R&D ET DANS LA TECHNOLOGIE.

EG. Nos investissements en R&D représentent annuellement environ 2% de notre chiffre d'affaires consolidé. Notre stratégie d'innovation et de transformation par la technologie est un élément clé de notre développement et nous suivons notre roadmap sur différents projets clés pour nos activités et pour nos clients.

PORTÉE PAR NOTRE STRATÉGIE AMBITION 2025, L'ACTION DÉKUPLE EST DEVENUE PLUS VISIBLE ET S'EST RENFORCÉE.

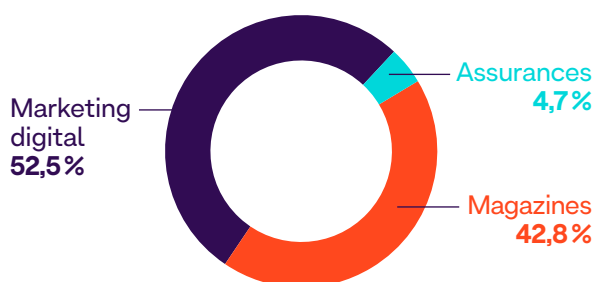
EG. Depuis l'annonce en 2021 de notre plan stratégique Ambition 2025, renforcée par notre changement de marque en septembre 2021, nous avons poursuivi en 2022 nos efforts de communication et d'explication de notre projet. Nous avons notamment intensifié nos relations avec la communauté financière en réalisant tout au long de l'exercice plusieurs présentations aux analystes et investisseurs et en donnant plusieurs interviews à la presse financière. Cet intérêt croissant des investisseurs, aussi bien français qu'étrangers, est le signe que notre stratégie commence à être comprise et appréciée, à l'instar du cours de notre action qui s'est sensiblement apprécié en 2022 pour se stabiliser en fin d'année aux alentours de 30€.



Nos chiffres clés annuels

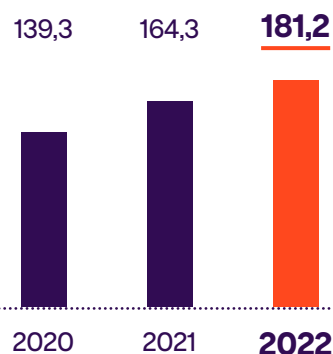
Répartition du chiffre d'affaires par activité

En %



Chiffre d'affaires

En M€



Chiffre d'affaires

+10,3% **181,2 M€**

Marge brute

+7,5% **144,8 M€**

Ebitda retraité*

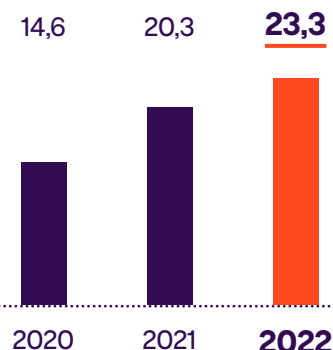
+14,7%
de la marge brute **23,3 M€**

Résultat net part du groupe

+28,3% **10,9 M€**

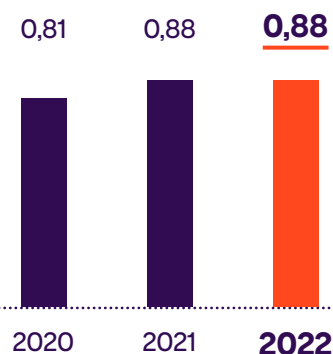
EBITDA retraité *

En M€



Dividende par action

En €

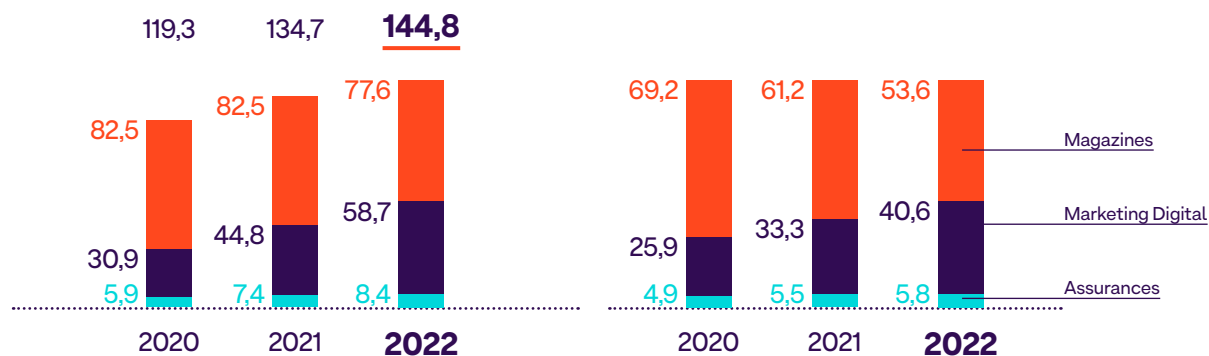


*EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyer

Marge brute par activité

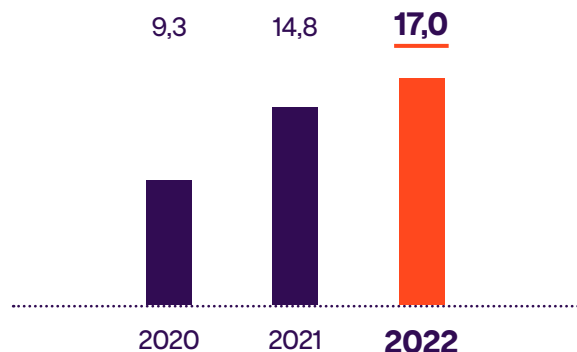
En M€

En %



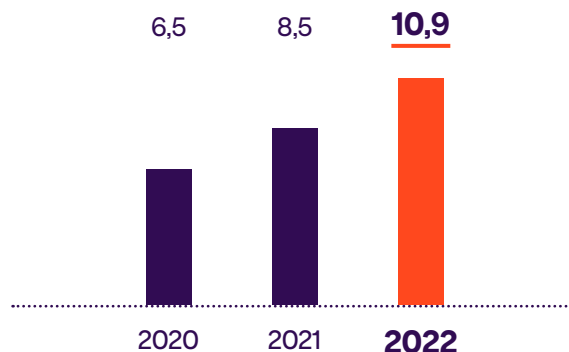
Résultat opérationnel courant

En M€



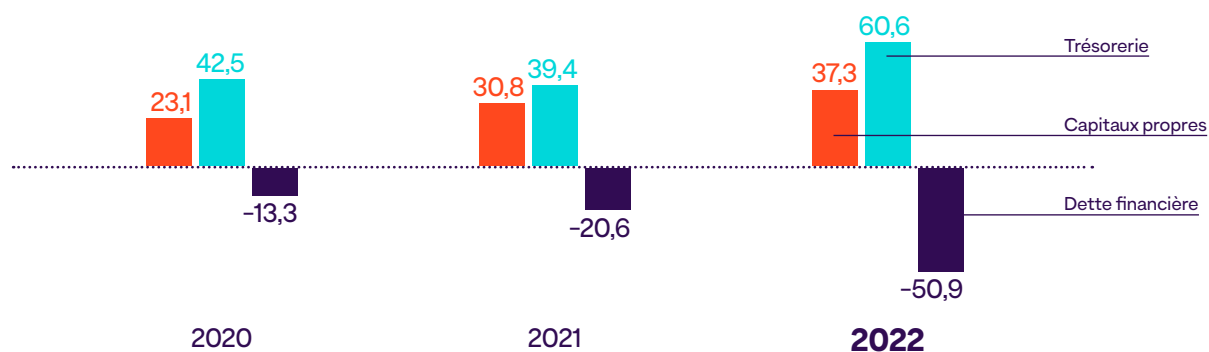
Résultat net part du groupe

En M€



Structure financière

En M€



WILLIAM MATHELIN-MOREAUX,
SKIPPER DU GROUPE DÉKUPLE





CAHIER FINANCIER

SOMMAIRE

1.	RAPPORT DE GESTION	65
2.	DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	91
3.	RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE.....	148
4.	DESCRIPTIF DU PROGRAMME DE RACHAT	169
5.	RAPPORT SPÉCIAL SUR LES OPÉRATIONS D'ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS AU BÉNÉFICE DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES DIRIGEANTS.....	171
6.	ETATS FINANCIERS	173
7.	RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	245
9.	ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2022	256



1. RAPPORT DE GESTION

1.1.	ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS	66
1.2.	LES COMPTES DE L'EXERCICE	75
1.3.	EVÈNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE, ÉVOLUTION PRÉVISIBLE ET PERSPECTIVES	78
1.4.	CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES	79
1.5.	OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ	89

1.1. ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS

1.1.1. Présentation générale

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. Présent en France, en Espagne, au Portugal et en Chine, le Groupe emploie plus de 1.000 personnes.

Le Groupe regroupe des activités aux business models fortement complémentaires, avec des activités BtoC à portefeuilles - abonnements et souscriptions - qui permettent de générer des revenus réguliers, associées à des activités BtoB - prestations de services marketing clé en main - avec des solutions de conseil et d'accompagnement en data marketing.

Le Groupe commercialise **trois offres principales** :

1. Magazines (43% du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le Groupe commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Diffusé principalement en marque blanche, l'abonnement à durée libre est la ligne de produits principale de cette activité.

2. Assurances (5% du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Via sa filiale ADLP Assurances, le Groupe propose des produits d'assurance par marketing direct à ses clients et prospects et à ceux de ses partenaires. Cette offre s'appuie sur les savoir-faire historiques du Groupe dans la vente directe de services récurrents pour l'adapter au marché de l'assurance.

3. Marketing digital (53% du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Ces offres regroupent les activités de Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing (mises en œuvre par l'agence Dékuple et les filiales du Groupe Brainsonic, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Duhno Marketing, Intelligence Senior, Ividence, Leoo, Reech, Smart Traffik et Dékuple Iberia). L'ensemble de leurs compétences permet de proposer des solutions cross-canal sur mesure et novatrices afin d'accompagner les entreprises dans leur création de valeur en maximisant la performance de leurs actions marketing et la valorisation de la connaissance client.

À travers ces trois offres, le Groupe occupe une place majeure sur le marché de la data et du marketing, en France et en Espagne, en accompagnant un grand nombre de marques paneuropéennes. À l'horizon 2025, le Groupe a pour ambition de devenir un leader du data marketing en Europe.

DÉKUPLE est la marque commerciale d'ADLPartner SA, société mère du Groupe cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C. La présentation du présent rapport concerne tant le Groupe que cette société, sauf indication contraire.

1.1.2. Faits marquants 2022

1. Progression significative de l'activité

Après une année 2021 en très forte croissance (+ 17,9 %), le Groupe a enregistré en 2022 une nouvelle progression significative de ses ventes malgré une conjoncture économique et géopolitique tendue. Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 181,2 M€ en croissance de + 10,3 % par rapport à 2021. Le Volume d'Affaires Brut ressort à 329,1 M€ en hausse de + 3,9 %, tandis que la marge brute du Groupe s'établit à 144,8 M€, en croissance de + 7,5 %.

Les activités de Marketing Digital – en hausse de + 28 % – représentent désormais plus de la moitié du chiffre d'affaires annuel (52,5 %), contre 45,3 % l'année précédente. La poursuite de leur forte dynamique de croissance s'appuie sur l'expansion continue de ses activités de Conseil, ainsi que sur l'extension du périmètre des activités d'Agences et Solutions d'ingénierie marketing avec notamment la pleine contribution sur l'ensemble de l'exercice de l'agence Reech, leader du marketing d'influence, et l'intégration depuis septembre 2022 de Brainsonic, agence de communication leader de l'engagement.

Les activités à portefeuille enregistrent des performances contrastées dans une conjoncture défavorable marquée par une forte inflation. D'une part, l'activité Magazines – en retrait de - 6,0% – a subi une diminution conjoncturelle du recrutement de nouveaux abonnés en raison de la baisse du pouvoir d'achat des Français. D'autre part, l'activité de courtage en Assurance – en croissance de + 14,7 % – a été portée par le développement réussi de l'offre de complémentaires santé et l'intégration des actifs de l'AssurTech Qape – KOVERS acquis en novembre 2021.

Sur l'ensemble de l'exercice, les ventes du Groupe par offre ont évolué comme suit :

Chiffre d'affaires			
En M€	2022	2021	Variation
Magazines	77,6	82,5	- 6,0 %
Marketing digital	95,2	74,4	+ 28,0 %
Assurances	8,4	7,4	+ 14,7 %
Total Annuel	181,2	164,3	+ 10,3 %

Marge brute			
En M€	2022	2021	Variation
Magazines	77,6	82,5	- 6,0 %
Marketing digital	58,7	44,8	+ 31,2 %
Assurances	8,4	7,4	+ 14,7 %
Total Annuel	144,8	134,6	+ 7,5 %

2. Poursuite des croissances externes

2.1. Prise de participation majoritaire au capital de la société Brainsonic

En septembre 2022, le Groupe, par l'intermédiaire de sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a pris une participation majoritaire de 72,6 % au capital de la société Brainsonic, agence de communication leader de l'engagement.

Fondée en 2003, Brainsonic, The Engagement Agency, est une agence de communication multi-métiers de plus de 120 talents, qui proposent et mettent en exécution des stratégies et des créations destinées à engager les audiences des marques (BtoC, BtoB et collaborateurs). Brainsonic compte un large portefeuille de clients issus de secteurs différents tels que la grande distribution, les banques-assurances, les médias, le BTP, les industries, la high-tech, le retail, etc., qu'elle accompagne de manière globale grâce à ses expertises multiples (digital, social media, événementiel, publicitaire, corporate, éditorial, etc.).

L'entrée de DÉKUPLE au capital de Brainsonic s'inscrit dans l'ambition du Groupe, qui entend devenir un leader du data marketing en Europe d'ici 2025, en élargissant utilement ses champs d'expertises. Historiquement fort dans le marketing de la performance et la technologie, le Groupe se renforce ainsi dans le marketing conversationnel et le marketing de l'engagement en s'appuyant sur une entreprise leader dont la culture forte et les expertises s'intègrent parfaitement dans l'écosystème multi-entrepreneurs du Groupe DÉKUPLE.

DÉKUPLE dispose ainsi d'un nouveau levier puissant pour accélérer sa trajectoire de développement sur le marché du data marketing en forte croissance. Compte tenu d'un potentiel de synergies important avec les autres entités du Groupe

spécialisées en brand & marketing performance et en influence marketing, la transaction devrait être créatrice de valeur pour le Groupe.

Brainsonic a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de 18,5 M€ en croissance de + 13% par rapport à l'exercice précédent. Brainsonic est consolidée dans les comptes de la société ADLPartner SA depuis le 1^{er} septembre 2022.

2.2. Prise de participation majoritaire au capital de la société Smart Traffik

En décembre 2022, le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a pris une participation majoritaire au capital de la société Smart Traffik, éditeur de solutions SAAS dédiées aux enseignes et aux marques souhaitant générer du trafic qualifié en ligne et en point de vente. Cette opération de croissance externe, annoncée le 5 janvier 2023 permet de renforcer les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur.

Fondée en 2012 par Laurent Simonin, Emmanuel Isnard et Yann Gilquin, Smart Traffik est un éditeur de solutions Web-to-Store en mode SAAS répondant aux nouveaux enjeux du monde du Retail et contribuant à optimiser la performance business de 120 enseignes et marques représentant plus de 25.000 points de vente.

Son offre de solutions innovantes activables rapidement s'articule autour de 2 axes principaux :

1/ La génération de leads qualifiés en magasins via :

- le Presence Management pour donner de la visibilité on-line aux points de vente,
- le Click and Collect pour rendre accessible les produits depuis les carrefours d'audience (Local Product),
- la prise de rendez-vous en ligne multi-plateforme pour les services des retailers (Smart reserve).

2/ La mesure omnicanale de l'efficacité des investissements média, l'attribution marketing et l'optimisation des campagnes publicitaires (oKube).

Ce rapprochement permet au Groupe Dékuple de renforcer ses savoir-faire technologiques en matière de Retail Marketing, secteur de clientèle en fort développement depuis 2020 du fait des importantes mutations que connaît ce marché.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe à compter du 31 décembre 2022.

2.3. Mise en place d'accords prévoyant l'entrée au capital de Duhno Marketing en 2023

Au quatrième trimestre, le Groupe a mis en place des accords prévoyant une prise de participation au capital de la société Duhno Marketing, agence spécialisée en customer marketing BtoC créée en 2017, qui aide les entreprises françaises et européennes dans leurs opérations de communication et marketing pour exporter en Chine.

Composée d'une vingtaine de personnes, Duhno Marketing intervient principalement sur 3 secteurs d'activité (Mode, Produits de grande consommation, Enseignement supérieur). Les offres et expertises de Duhno Marketing, orientées vers des dispositifs marketing BtoC, viendront compléter les offres de Dékuple Marketing Engineering China, filiale de Dékuple Ingénierie Marketing BtoB qui, depuis 2019, accompagne de grandes entreprises comme ELKEM, Bureau Veritas ou Geodis sur des sujets de stratégies marketing BtoB, Lead Generation, Data Management, Content Marketing et Marketing Automation.

L'entrée au capital de Duhno Marketing en 2023 aura vocation à devenir majoritaire.

1.1.3. Évolution des activités

1. Magazines

Les activités historiques d'abonnements magazines (42,8 % du chiffre d'affaires consolidé 2022) ont focalisé leurs opérations sur l'abonnement à durée libre (ADL) en partenariat. Cette offre, fondée sur la commercialisation à distance d'abonnements à la presse magazine, est plus créatrice de valeur que l'abonnement classique.

Le Groupe développe des dispositifs sur-mesure, multi-canaux, clés en main, pour ses marques partenaires, afin de nourrir leur relation client de façon différenciée et ainsi fidéliser leurs clients. Le Groupe dispose d'une expertise forte sur l'enrichissement de la relation client en utilisant l'abonnement à la presse comme levier marketing.

Les activités magazines ont enregistré en 2022 un chiffre d'affaires en retrait de -6,0 % à 77,6 M€, tandis que le Volume d'Affaires Brut¹ s'établissait à 209,0 M€ en baisse de -6,1% par rapport à 2021. Cette évolution s'explique par une base de comparaison élevée - rappelons que les ventes d'ADL en 2021 étaient en croissance de +4,7% - et d'une conjoncture économique défavorable.

L'année 2022 a été difficile pour les recrutements de nouveaux abonnés, en ligne avec les difficultés du secteur et la baisse du pouvoir d'achat des particuliers. Dans ce contexte, compte tenu de la baisse du rendement des campagnes, les investissements commerciaux ont été optimisés. Le portefeuille d'ADL est ainsi en retrait de -11,7 % par rapport à l'année précédente : au 31 décembre 2022, le nombre d'ADL gérés en portefeuille s'établissait à 2.247.373 abonnements contre 2 544 047 un an plus tôt. La bonne tenue de la marge moyenne sur ces abonnements, soutenue par l'augmentation du prix des magazines décidée par les éditeurs, a néanmoins permis de soutenir la valeur globale du portefeuille, qui s'élevait à fin décembre 2022 à 110,2 M€, contre 112,1 M€ à fin 2021.

2. Assurances

L'activité Assurance du Groupe DÉKUPLE a construit au fil des ans un modèle disruptif de courtier généraliste de produits d'assurances affinitaires, grâce à la data et aux technologies marketing.

ADLP Assurances exerce depuis sa création en 2013, une activité de courtage en assurance et est, à ce titre, inscrite à l'ORIAS dans la catégorie des courtiers d'assurance. Elle développe sous le nom AvoCotés une gamme diversifiée de produits d'assurance et d'assistance du particulier, destinés à apporter des solutions aux incidents ou accidents de la vie quotidienne : dépannage d'urgence à domicile, assurances en cas de blessure ou d'accident, protection juridique, assurance vol des effets personnels, cyber-assurance du particulier, perte d'autonomie, santé.

Ces produits sont commercialisés exclusivement à distance, dans une approche cross-canal, en utilisant tous les canaux de distribution (courrier, téléphone, courriel, sites internet, publicité et/ou asilage). ADLP Assurances développe des partenariats avec des entreprises de divers secteurs (Distribution, Services, Vente à Distance, Editeurs de presse), détentrices de larges bases de clients, et avec des professionnels de l'assurance (compagnies d'assurance, mutuelles, institutions de prévoyance, courtiers...) pour développer leur taux d'équipement.

En 2022, le chiffre d'affaires de la filiale ADLP Assurances (8,4 M€) a progressé de +14,7 % par rapport à 2021 et représentait environ 4,7 % du chiffre d'affaires consolidé en 2022.

ADLP Assurances a poursuivi ses investissements commerciaux, engagés en partenariat, à partir de ses fichiers en propre ou à travers des dispositifs digitaux, afin de développer un portefeuille de contrats générateurs de revenus récurrents.

¹ Le volume d'affaires brut (VAB) représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés. Il est égal au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités d'assurances et de marketing digital.

Le développement de la filiale a été dynamisé par la diversification de l'offre produits dans la vente de complémentaires Santé avec l'intégration depuis fin 2021 des actifs technologiques de l'AssurTech QAPE et des actifs de KOVERS, première mutuelle d'assurance labellisée "Assurance Santé Ethique".

3. Marketing digital

Les activités de marketing digital (Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing) représentent désormais la principale contribution du Groupe (52,5 % du chiffre d'affaires consolidé en 2022 contre 45,3 % en 2021). Ces activités ont confirmé leur dynamique de forte croissance en enregistrant une marge brute de 58,7 M€ en progression de + 31,2 %, par rapport à celle de 2021 qui était elle-même en progression de + 44,9 % par rapport à 2020.

D'une part, cette dynamique s'appuie sur l'expansion des activités de Conseil et leur position stratégique pour accompagner les marques dans la transformation digitale et IT de leur organisation marketing. D'autre part, elle est relayée par l'extension du périmètre des activités d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing à la suite des croissances externes réalisées au cours de deux derniers exercices.

En 2022, la marge brute des activités de marketing digital du Groupe par offre a évolué comme suit :

Marge brute – Marketing digital			
En M€	2022	2021	Variation
Conseil & Technologie	34,0	26,2	+ 29,7 %
Agences & Solutions d'ingénierie marketing – France	20,1	13,1	+ 53,3 %
Agences & Solutions d'ingénierie marketing – Iberia	4,6	5,4	- 15,1 %
Total annuel	58,7	44,8	+ 31,2 %

3.1. Conseil et Technologie

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Conseil et Technologie, est actionnaire de la société Converteo depuis avril 2014 et en détient 74 % à fin décembre 2022.

Fondé en 2007, Converteo est un acteur de référence du conseil en stratégie data et digital. Spécialisé dans la transformation digitale et data permettant aux entreprises d'accélérer leur performance business, ce cabinet de conseil accompagne ses clients dans le management de leurs projets en digital, cross-canal et data : stratégie, transformation, organisation, rédaction du cahier des charges, gestion de projet, reporting et optimisation. Converteo intervient en assistance à la maîtrise d'ouvrage dans les dossiers nécessitant des choix technologiques clés.

En 2022, avec une marge brute en hausse + 29,7 % à 34,0 M€, Converteo a maintenu une forte croissance portée par le développement de ses équipes de plus de 350 consultants au service des grandes marques, dans des domaines en perpétuelle évolution et en constante innovation.

La qualité de sa marque employeur permet de recruter les meilleurs experts pour accompagner le développement de ses quatre pratiques principales (Data x Business Consulting, Analytics x Digital Products, Media x CRM, Technologie x Data) auprès de grands groupes du CAC 40 et de nombreuses ETI, soit sous forme de régie accompagnant les équipes marketing et digitales en interne, soit sous forme de forfaits à haute valeur ajoutée pour définir et soutenir la stratégie Digitale/Data.

Pour accompagner sa croissance, Converteo a poursuivi sa structuration avec la nomination de nouveaux Partners.

Pour la deuxième année consécutive, Converteo est la 1^{ère} entreprise du secteur Conseil au classement HappyIndex®AtWork distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés. Cette distinction permet au cabinet de continuer à attirer les meilleurs talents.

Converteo Technology, filiale à 100% de Converteo, créée en octobre 2018 pour répondre aux défis majeurs des directions IT, a été dissoute le 31 mai 2022 à la suite d'une Transmission Universelle de Patrimoine à Converteo. Cette simplification

de l'organisation de Converteo permet d'accompagner l'accélération du développement de ses quatre pratiques principales.

3.2. Agences et Solutions d'ingénierie marketing – France

Les offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing en France ont progressé essentiellement sous l'effet de l'intégration de la société Reech (expert du Marketing d'Influence) depuis le troisième trimestre 2021 et de la société Brainsonic (agence de communication leader de l'engagement) depuis le troisième trimestre 2022. Sur l'ensemble de l'exercice, la marge brute des offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing en France est en hausse de +53,3 % pour s'établir à 20,1 M€, incluant un effet de périmètre de 7,5 M€. À périmètre comparable, les offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing sont en retrait de - 5,3 %, dans un contexte marqué au second semestre par la réduction et le décalage des budgets marketing des entreprises, en particulier industrielles.

Au 31 décembre 2022, les offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing en France s'appuient principalement sur les agences et solutions technologiques suivantes :

AGENCES

L'agence Dékuple

L'agence Dékuple a été créée en octobre 2021, en regroupant les activités de prestations de services marketing pour les annonceurs (Pschhh, E-Data, Codes for Gifts). Son positionnement repose sur la création de dispositifs qui associent « Brand » et « Marketing Performance » pour répondre à des objectifs d'acquisition, d'activation marketing et de fidélisation.

Au cours de l'exercice 2022, l'agence Dékuple a poursuivi son travail de structuration et construction de sa notoriété auprès des annonceurs. L'agence a également conçu et mis en place de nouveaux programmes pour les marques AXA, BUT, DIM, MONOPRIX, RIAN, LA BANQUE POSTALE, LIPTON, MMV, OPTIC 2000, PETIT-FILS, SCHENK...

Par ailleurs, à destination du secteur Retail, l'agence Dékuple a lancé l'offre Track In The Shop, nouvelle solution de tracking des visites en magasin, qui complète les dispositifs et campagnes de Drive to Store. Pour soutenir les ventes des réseaux de distribution dans un contexte où le pouvoir d'achat des consommateurs est mis à l'épreuve, l'Agence Dékuple a créé l'offre Shopping BOOSTER. Cette solution permet d'offrir une expérience locale ou en lien avec l'activité de l'enseigne aux consommateurs situés dans la zone de chalandise. Cette solution clé-en main associe les savoir-faire de l'agence Dékuple en génération de trafic en point de vente et en fidélité émotionnelle.

Les offres au service des marques du secteur retail sont de nouveau renforcées en 2022 avec l'intégration de la société Smart Traffik à la suite de la prise de participation majoritaire au capital de cette société en fin d'année.

Dékuple Ingénierie Marketing B2B

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2020 de la société AWE, rebaptisé en 2021 Dékuple Ingénierie Marketing B2B, et en détient 60,4 % du capital à fin décembre 2022.

Basée à Paris, Dékuple Ingénierie Marketing B2B est une agence conseil spécialiste du marketing digital BtoB dont les solutions répondent aux 2 principales problématiques des entreprises BtoB : i) l'acquisition de prospects online et ii) la mesure de la performance commerciale des actions marketing. Dékuple Ingénierie Marketing B2B se positionne comme un support pour les forces de vente en permettant de générer des leads qualifiés.

Son intégration a permis au Groupe de renforcer ses expertises en marketing BtoB notamment auprès des secteurs de l'industrie, de la technologie, et des services, et de déployer des dispositifs innovants d'acquisition de leads innovants et performants.

Au cours de l'exercice 2022, Dékuple Ingénierie Marketing B2B a signé de nouveaux clients importants : ElextroluxPro et ses 3 marques Dito Sama, Unic, et SPM Drink systems, Septeo, Whoz et l'ESN Sigma...

RAPPORT DE GESTION

La filiale à Shanghai accompagne depuis 2019 de grandes entreprises comme ELKEM, Bureau Veritas ou Geodis sur des sujets de stratégies marketing BtoB, Lead Generation, Data Management, Content Marketing et Marketing Automation. Au cours de l'exercice, elle a été renommée Dékuple Marketing Engineering China.

La prise de participation en 2023 de Dékuple dans Duhno Marketing, agence basée à Shanghai et spécialisée en customer marketing BtoC, permettra de renforcer la présence du Groupe en Chine, les offres et expertises de Duhno Marketing venant compléter et renforcer les offres de Dékuple Marketing Engineering China (cf. faits marquants).

Reech

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Reech (Rocket Marketing) depuis juillet 2021 et en détient 59,9 % du capital à fin décembre 2022.

Fondée en 2015 par Guillaume & Maxime Doki-Thonon, Reech (Rocket Marketing) est une entreprise experte du Marketing d'Influence et pionnière sur son marché. La société propose aux annonceurs différentes offres. D'abord, elle élabore et déploie – à la manière d'une agence – les stratégies d'influence des plus grandes marques (Kellogg's, Coca-Cola, Philips, Carrefour, Boulanger, Nature & Découvertes, Groupe Galeries Lafayette, Spontex, etc.). Technologie & data composant son ADN depuis les origines, l'entreprise commercialise également sa solution SaaS d'influence « Reech Influence Cloud » qui permet à plus de 50 organisations, à l'instar d'Yves Rocher, de piloter en toute autonomie l'ensemble de leurs actions d'influence. Enfin, RocketLinks, offre historique de la société, est la première plateforme d'achat et de vente d'articles sponsorisés avec 80 000 blogs et médias partenaires en France et à l'international permettant à 6 000 annonceurs de booster leur notoriété et leur trafic.

Pour sa première année de participation, Reech a intégré le classement HappyIndex®AtWork distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés et occupe la 1^{ère} place du classement des entreprises du secteur Tech. Cette distinction permet à Reech d'accroître son attractivité dans le recrutement des meilleurs talents.

Au cours de l'exercice 2022, Reech a également lancé avec l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) un certificat de l'influence responsable. Il est remis à l'issue d'un programme qui consiste à former les créateurs de contenus et à leur apprendre les règles juridiques et éthiques à respecter lors d'une campagne d'influence marketing. Depuis la plateforme Reech Influence Cloud, les annonceurs peuvent vérifier quels créateurs de contenus utilisent et détiennent ce certificat.

Reech a été élue Agence d'influence de l'année 2022 lors du 43^{ème} Grand Prix des Agences de l'Année. L'agence a également obtenu 15 récompenses pour les campagnes d'influence marketing de MACIF.

Enfin, Reech Influence Cloud a intégré la gestion de Tik Tok permettant ainsi aux annonceurs de gérer leurs campagnes d'influence sur cette plateforme qui compte plus d'1 milliard d'utilisateurs dans le monde.

Intelligence senior

Le Groupe est actionnaire de la société Intelligence Senior (ex-Grand Mercredi) depuis 15 février 2021 et en détient 49,0 % du capital à fin décembre 2022.

Créé en 2016, Intelligence Senior est la première agence media et marketing en France à se positionner sur le marché des seniors. Son approche moderne et innovante pour parler à la cible senior, couplée au savoir-faire du Groupe en data marketing cross-canal, va permettre de créer un acteur majeur capable d'accompagner tout le tissu économique et social sur les enjeux seniors.

Cette participation, qui a vocation à devenir majoritaire, illustre le souhait du Groupe de développer des approches marketing de plus en plus affinitaires sur des cibles spécifiques, comme les + de 50 ans, pour créer davantage de "customer engagement".

Au cours de l'exercice 2022, Intelligence Senior a lancé plusieurs nouveaux projets. En premier lieu, sur le même modèle que la newsletter Grand-Mercredi, Intelligence Senior a lancé une nouvelle newsletter dédiée à la santé nommée PartAge. Une newsletter nommée Aimant-Aidant, ciblant toutes les personnes aidantes en France (principalement des seniors) a

également été lancée. Par ailleurs, Les Corners Génération Petits-Enfants ont été déployés dans un nombre important de magasins Monoprix. Enfin, Intelligence Senior a assuré le déploiement commercial des Enchanteurs, une application mobile qui vient donner tous les jours les clés aux personnels des résidences et Ehpad pour animer leurs établissements.

ENGAGEMENT MARKETING

Brainsonic

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Brainsonic depuis septembre 2022 et en détient 72,6 % du capital à fin décembre 2022.

Fondée en 2003, Brainsonic, *The Engagement Agency*, est une agence de communication multi-métiers de plus de 120 talents, qui proposent et mettent en exécution des stratégies et des créations destinées à engager les audiences des marques (BtoC, BtoB et collaborateurs). Brainsonic compte un large portefeuille de clients issus de secteurs différents tels que la grande distribution, les banques-assurances, les médias, le BTP, les industries, la high-tech, le retail, etc., qu'elle accompagne de manière globale grâce à ses expertises multiples (digital, social media, événementiel, publicitaire, corporate, éditorial, etc.).

Au cours de l'exercice 2022, Brainsonic a remporté plusieurs nouveaux comptes, tels Groupe BPCE, Chanel, Orange Bank, Lenovo, Intel, St Hubert, UIMM ou Bescherelle.

SOLUTIONS

Leoo

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Leoo depuis 2015 et en détient 100% depuis décembre 2019.

Fondée en 2009, Leoo est spécialisée dans la conception et l'animation pour ses clients de programmes de fidélisation, de parrainage, de rétention et de gratification. Son modèle marketing et technologique innovant permet de traiter des données marketing client multicanal, de les analyser efficacement et d'augmenter la performance business des programmes de fidélisation et d'activation, ainsi que la performance commerciale des marques. Les plateformes digitales relationnelles innovantes, conçues et animées par Leoo, contribuent à enrichir l'Expérience Client en mettant la puissance de la technologie et de la data au service des stratégies marketing de ses clients.

Au cours de l'exercice 2022, Leoo a poursuivi ses développements technologiques visant à augmenter ses capacités de collecte et de traitement de la data issue de ses programmes relationnels. Les domaines fonctionnels traités ont été également enrichis. Aux parrainage et Club à points existants, a été ajoutée la gestion de programmes relationnels basés sur un Club Avantages permettant aux marques de faire bénéficier leurs clients de prix ou de services exclusifs pour les fidéliser.

Ividence

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a acquis en janvier 2020 le fonds de commerce et les actifs de la société Ividence.

Spécialiste de la publicité native au sein des newsletters, Ividence enrichit le marketing digital des marques en valorisant les atouts des éditeurs et annonceurs partenaires prestigieux comme Prisma Media, 20Minutes, Outbrain... Elle permet au Groupe d'adresser un segment de marché en forte croissance et de renforcer ses activités de génération de trafic et de leads qualifiés pour ses marques clientes et de monétisation d'audience pour les éditeurs.

Au cours de l'exercice 2022, Ividence a mis en place une Newsletter Factory permettant d'industrialiser la création de newsletter pour ses clients annonceurs. En outre, Ividence a développé un module d'intelligence artificielle permettant de

mieux cibler les internautes et mobinautes utilisant IOS (Apple Privacy Proxy) qui pratiquent des règles différentes de tracking.

3.3. Agences et Solutions d'ingénierie marketing – Iberia

Le Groupe est présent en Espagne à travers sa filiale détenue à 100% ADLPartner Hispania. Cette filiale propose des prestations marketing aux annonceurs, principalement constituées d'opérations de promotion des ventes, de gratification, de fidélisation et de rétention client. Une activité de services de presse est opérée marginalement.

Gérée de façon conjointe avec la filiale espagnole, la société ADLPERFORMANCE, UNIPESSOAL LDA, filiale à 100% de ADLPartner SA depuis 2016, permet au Groupe d'être présent au Portugal où il développe son offre de services de promotion et de fidélisation.

En 2022, ADLPartner Hispania & Portugal a enregistré une progression de + 1,6 % de son chiffre d'affaires (services de presse inclus) qui s'établit à 17,3 M€ contre 17,0 M€ un an plus tôt. Dans une conjoncture espagnole plus difficile, la marge brute des offres Agences et Solutions d'ingénierie marketing est en retrait (- 15,1 % à 4,6 M€) du fait d'un rythme d'opérations inférieur à l'année précédente. La filiale contribue négativement (- 0,4 M€) au résultat net consolidé.

1.1.4. Recherche et développement

Le Groupe et la société ADLPartner s'efforcent d'apporter à leurs diverses parties prenantes (éditeurs, assureurs, partenaires, consommateurs) des solutions innovantes et multiplient les tests destinés à en évaluer la réceptivité. En outre, diverses actions entreprises pour développer des canaux alternatifs de prospection et de vente peuvent être considérées comme correspondant à une activité de recherche et développement. Il en est de même des tests effectués de nouveaux services d'animation de fichiers offerts aux partenaires, ou des développements initiés au sein du Pôle Diversification BtoC. La société et ses filiales investissent également en Recherche & Développement pour perfectionner leurs savoir-faire et leurs techniques marketing, principalement dans les activités de Marketing Digital et Data, chez Brainsonic, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Duhno, Ividence, Leoo, Smart Traffik et Reech. Ces investissements en R&D représentent annuellement environ 2% du chiffre d'affaires consolidé et s'appuient, pour partie, sur les mécanismes de Crédit Impôt Recherche.

1.2. LES COMPTES DE L'EXERCICE

1.2.1. Les comptes consolidés

Par rapport à 2021, le périmètre de consolidation a évolué en raison de l'acquisition complémentaire de titres le 2 juin 2022 de la filiale Converteo détenue à 74 %, de l'acquisition le 14 septembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale Brainsonic détenue à 72,6 %, de l'acquisition complémentaire de titres le 23 novembre 2022 de la filiale Laboratoires Yssena détenue à 100 %, de l'acquisition le 16 décembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale E-Retail Development (SmartTraffik) détenue à 50,9 %, et la cession le 21 décembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing B2B de 17 % de sa filiale #NoComment détenue dorénavant à 49 %. Le périmètre de consolidation a également évolué avec la liquidation de la filiale Activis Suisse, la cession des titres de la société Asterium le 22 juin 2022, la livraison d'actions gratuites le 2 juin 2022 de la filiale Ividence désormais détenue à 95 % par le groupe. Enfin, la société Converteo Technology a été dissoute le 31 mai 2022 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à Converteo.

Les comptes consolidés, en particulier le compte de résultat et les capitaux propres, sont affectés par le développement des opérations de la filiale ADLP Assurances. En effet, en application des normes IFRS, les investissements commerciaux effectués par la filiale et destinés à vendre des contrats d'assurance, sont comptabilisés en charges d'exploitation. Le portefeuille de contrats ainsi constitué est considéré comme un actif non comptabilisé au bilan.

Au bilan, les actifs non courants sont en augmentation de 12,6 M€ pour s'établir à 62,6 M€. La norme IFRS 5 « Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées » n'a pas d'impact au 31/12/2022 sur les comptes consolidés du Groupe.

Les actifs courants connaissent une hausse de +21,1 M€, dont +2,9 M€ sur le poste clients en raison de la hausse des activités d'ADLP Assurances, de Converteo et d'Agences et Solutions d'Ingénierie Marketing par rapport à 2021. Dans le prolongement, le poste fournisseurs est en baisse (- 6,9 M€). Ceci produit une variation de BFR importante, contribuant à une hausse importante de la trésorerie en clôture qui s'établit à 58,5 M€, contre 38,8 M€ un an plus tôt. La trésorerie de la société représente un montant supérieur aux fonds propres.

Les passifs non courants augmentent de +25,6 M€ pour s'établir à 59,5 M€, d'une part, en raison de la prise en compte des dettes de loyers en application de la norme IFRS 16 qui conduit à accroître l'actif (droits d'utilisations) et le passif (dette de location) du bilan et, d'autre part, en raison i) des investissements dans Brainsonic, et E-Retail Development (SmartTraffik), ii) de la réévaluation de la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de Converteo et de Dékuple Ingénierie Marketing B2B et iii) de la mise en œuvre des financements bancaires, principalement à taux fixe.

A 37,3 M€, les capitaux propres enregistrent une hausse de + 6,6 M€, tenant compte principalement du résultat de l'exercice de 11,4 M€, de la distribution du dividende ordinaire versé en juin 2022 au titre de l'exercice précédent pour un montant de 3,5 M€, Par ailleurs, cette évolution tient compte des variations de périmètre de consolidation (- 1,6 M€) et de l'impact des actions détenues en propre et des attributions gratuites d'actions (+ 0,5 M€).

Les tableaux des flux de trésorerie nette et de variation des capitaux propres (aux chapitres 6.1.3 et 6.1.4.) traduisent de façon détaillée les variations ayant fait l'objet des commentaires ci-dessus.

Le compte de résultat enregistre un chiffre d'affaires en croissance de +17,0 M€ à 181,25 M€.

La marge brute annuelle est en hausse de 7,5 % à 144,8 M€, contre 134,6 M€ en 2021.

Malgré un contexte d'investissements soutenus avec des efforts de recrutement importants, l'EBITDA retraité² s'élève à 23,3 M€, en augmentation de + 3,0 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 16,1 % de la marge brute annuelle.

² L'EBITDA (résultat opérationnel courant avant dotation aux amortissements, impôts et taxes) est retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers. L'EBITDA retraité permet de mieux refléter la performance opérationnelle de la société, indépendamment de sa politique d'attraction et de fidélisation de ses collaborateurs.

RAPPORT DE GESTION

Le résultat opérationnel courant s'élève à 17,0 M€, soit 11,8 % de la marge brute contre 11,0 % en 2021. Cette progression s'explique principalement par la hausse du résultat d'exploitation d'ADLPartner SA du fait de la diminution de la perte comptable de l'activité Assurances, de la progression des résultats des activités de Marketing Digital et de l'optimisation des coûts dans les activités au sein d'ADLPartner SA. Notons que les frais de personnel augmentent en raison des évolutions de périmètre et de la croissance des recrutements.

Les produits financiers nets et autres produits ou charges financières s'élèvent à -0,3 M€, alors que la quote-part des résultats mis en équivalence est de -1,0 M€ compte tenu des évolutions de périmètre.

L'intégration fiscale de la filiale ADLP Assurances permet d'imputer son déficit sur les bénéfices de la société mère. La charge d'impôt est en baisse de -0,8 M€.

Dans ces conditions, et après prise en compte du résultat net des participations mises en équivalence, le résultat net comptable consolidé du Groupe ressort, pour l'exercice 2022, à 11 398 k€ contre 9 108 k€ en 2021. Le résultat net part du Groupe est de 10 891 k€ une fois pris en compte les intérêts des minoritaires.

1.2.2. Les comptes annuels

Les comptes sociaux au 31 décembre 2022 sont arrêtés selon les mêmes méthodes comptables que ceux au 31 décembre 2021.

Le bilan social fait ressortir un accroissement de l'actif immobilisé net de 12,0 M€ lié aux investissements dans la filiale ADLP Assurances, ainsi qu'à la réalisation des opérations de croissance externe.

Les commentaires relatifs aux actifs et passifs circulants rejoignent ceux faits à propos des comptes consolidés.

L'information obligatoire sur les délais de paiement des fournisseurs et des clients de la société ADLPartner est donnée dans le tableau ci-après :

En k€	Encours total	Factures reçues TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu					Total échus
		0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	
Au 31 décembre 2022	23 918 660	21 587 976	1 496 992	523 568	28 044	282 080	2 330 684
Total de factures concernées		2 489					380
% du montant total des flux de l'exercice (TTC)		9,3%	0,6%	0,2%	0,0%	0,1%	1,0%

En k€	Encours total	Factures émises TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu					Total échus
		0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	
Au 31 décembre 2022 (hors factures exclues)	19 056 624	3 420 985	14 293 054	836 696	339 845	166 045	15 635 639
Nombre de factures concernées		47					608
% du montant total des factures émises dans l'année		4,0%	16,9%	1,0%	0,4%	0,2%	18,5%
Montant total des factures exclues	6 033 155						

La trésorerie de la société mère s'établit à 34,4 M€ en hausse de 13,6 M€. L'augmentation de la capacité d'autofinancement, la mise en œuvre de financements bancaires, ainsi qu'un effet de clôture positif sur le besoin en fonds de roulement expliquent principalement cette évolution.

Les capitaux propres sociaux s'élèvent à fin 2022 à 80,9 M€, en hausse de +5,1 M€ par rapport à leur montant à fin 2021, progression correspondant essentiellement à la différence entre le bénéfice de l'exercice et le dividende distribué au titre de l'exercice précédent.

Avec 83,3 M€, le chiffre d'affaires enregistre un retrait de -3,1%. Le résultat d'exploitation s'établit à 18,6 M€ en 2022 contre 15,1 M€ en 2021, augmentation due principalement à l'optimisation des investissements commerciaux en partenariat.

De son côté, le résultat financier est en baisse de - 7,2 M€ à -5,1 M€. Le résultat exceptionnel s'établit à -1,2 M€.

Avec l'intégration fiscale des filiales ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Leoo, Dékuple Conseil et Technologie, Activis, Ividence, ADLP Télésurveillance et Laboratoires Yssena, la charge d'impôts sur les sociétés s'établit à 2,2 M€.

Dans ces conditions, le bénéfice net social de l'exercice 2022 enregistre une baisse de -35,5 % en s'établissant à 8 586 834 €.

Le tableau des flux de trésorerie des comptes annuels appelle les mêmes commentaires que ceux afférents aux comptes consolidés.

Nous vous prions de bien vouloir noter, conformément à l'article 223 quater du Code Général des Impôts, que sur l'exercice 2022, une somme de 45 971 € a été comptabilisée au titre des dépenses et charges non déductibles fiscalement des bénéfices, visées à l'article 39-4 dudit Code, correspondant à une charge d'impôt de 11 493 €. En outre, conformément à l'article 223 quinquies du Code Général des Impôts, nous vous prions de bien vouloir noter qu'aucune somme n'a été comptabilisée en 2022 au titre des dépenses et charges non déductibles fiscalement, visées à l'article 39-5 dudit Code.

Nous vous prions également de bien vouloir noter que la société n'a pas connaissance de conventions conclues entre un de ses dirigeants ou actionnaire significatif et une de ses filiales, autres que celles mentionnées dans le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées.

1.2.3. L'affectation du résultat social

Le conseil d'administration propose de distribuer un dividende de 0,88 euro par action et d'affecter le résultat 2022 comme suit :

Bénéfice De l'exercice	8 585 833,56 €
Auquel s'ajoute le report à nouveau	47 181 793,12 €
Formant un bénéfice distribuable	55 767 626,68 €
Dividende de 0,88 € à 3 994 344 actions	3 515 022,72 €
Affectation aux autres réserves	1 000 000,00 €
Affectation au report à nouveau	51 252 603,96 €
Total affecté	55 767 626,68 €

Le montant ci-dessus affecté au dividende tient compte du nombre d'actions auto-détenues au 28 février 2023 et devra être ajusté en fonction du nombre exact d'actions qui seraient détenues par la société elle-même à la date de détachement de ce dividende, ces actions n'ouvrant pas droit à dividende et la différence avec le montant ci-dessus devant aller au report à nouveau ou devant être prélevée sur le montant affecté au report à nouveau.

Ce montant de dividende, s'il devait être voté, correspondra à un taux de distribution par rapport au résultat globalement conforme aux exercices précédents (sans que cela ne doive être interprété comme un engagement ou une pratique pour les exercices futurs).

Le dividende serait mis en paiement le 23 juin 2023.

Le dividende mis en distribution serait éligible dans sa totalité à la réfaction d'assiette de 40 % mentionnée au 2° du 3 de l'article 158 du Code Général des Impôts. Il est rappelé qu'au titre des 3 derniers exercices, il a été distribué :

Exercice	Total des sommes distribuées	Nombre d'actions concernées	Dividende par action	Dividende distribué éligible à l'abattement de 40%	Dividende distribué non éligible à l'abattement de 40%
2019(*)	3 937 158 €	1 772 721	0,45 €	0,45 €	--
2020	3 200 385 €	3 951 093	0,81 €	0,81 €	--
2021	3 509 840 €	3 988 454	0,88 €	0,88 €	--

(*) Au titre du dividende exceptionnel décidé par l'assemblée générale mixte du 11 décembre 2020, l'assemblée générale annuelle ordinaire du 12 juin 2020 ayant décidé l'absence de distribution de dividendes dans le contexte de la crise sanitaire de la Covid-19.

1.2.4. Portefeuille d'abonnements

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par le Groupe était de 2 247 373 abonnements au 31 décembre 2022 ; il atteignait 2 544 047 abonnements au 31 décembre 2021. 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 112,1 M€ au 31 décembre 2021 à 110,2 M€ au 31 décembre 2022.

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

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre est 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 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 et d'une prime de risque, donne la valeur de ce portefeuille d'abonnements. Celle-ci est ensuite corrigée 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 31/12/2022*	au 31/12/2021*
ADLPartner France	109 773	111 646
ADLPartner Hispania	470	500
Total	110 243	112 146

* valeur de portefeuille selon la norme IFRS15

Il est rappelé que la société a décidé en 2021 de ne pas reconduire l'indicateur d'Actif Net Réévalué (ANR) qui prenait en compte principalement la valeurs de portefeuille d'abonnements à durée libre, compte-tenu de l'importance relative des offres et notamment la forte progression des activités de marketing digital

1.3. EVÈNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE, ÉVOLUTION PRÉVISIBLE ET PERSPECTIVES

Malgré la crise géopolitique et économique, le Groupe DÉKUPLE maintient le cap de sa stratégie « Ambition 2025 » visant à devenir un leader européen du data marketing. Ses importantes ressources financières lui permettent, d'une part, de poursuivre ses investissements commerciaux dans ses activités Magazines et Assurances afin de développer ses portefeuilles de contrats générateurs de revenus récurrents, et d'autre part, de soutenir le développement de ses offres de Marketing Digital par croissance organique et croissance externe.

1.4. CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES

1.4.1. Définitions, objectifs et limites du contrôle interne

Le contrôle interne est un dispositif de l'entreprise, défini et mis en œuvre sous sa responsabilité, qui vise à assurer :

- la conformité aux lois et règlements,
- l'application des instructions et des orientations fixées par le directoire,
- le bon fonctionnement des processus internes de la société, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs et à la fiabilité des informations financières, et qui, d'une façon générale, contribuent à la maîtrise de ses activités, à l'efficacité de ses opérations et à l'utilisation de ses ressources.

Ainsi, en contribuant à prévenir et à maîtriser les risques de ne pas atteindre les objectifs que s'est fixés la société, le dispositif de contrôle interne joue un rôle clé dans la conduite des différentes activités exercées par le Groupe. Toutefois, le contrôle interne ne peut fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés et que les objectifs de la société seront atteints.

1.4.2. L'application du contrôle interne et la description des risques

Au cours des exercices 2008 et 2009, le directoire, avec l'assistance d'un cabinet de conseil spécialisé, avait réalisé, pour la première fois, une cartographie des risques limitée à la société mère, qui a été suivie, pour les quatre risques identifiés comme les moins bien maîtrisés, d'une analyse plus détaillée et de l'élaboration de plans d'actions destinés à en améliorer la maîtrise et à prévoir les mesures à prendre en cas de survenance. Ces plans, dont les grandes lignes ont été présentées au comité d'audit et aux commissaires aux comptes en février 2010, ont été élaborés et leur mise en œuvre a été initiée.

Une mise à jour de la cartographie des risques a été entreprise en 2015 avec l'assistance du même conseil extérieur qui était intervenu en 2008 ; l'appréciation des risques et leur hiérarchisation ont été effectuées au niveau du directoire et des directeurs concernés ; les résultats ont été présentés au comité d'audit et aux commissaires aux comptes qui ont pu constater une nette amélioration générale de la maîtrise des risques ; toutefois, des progrès restent à faire dans la formalisation de procédures écrites et dans l'élaboration des plans d'actions à mettre en place en cas de survenance des risques.

Depuis 2017 le Groupe a significativement augmenté ses investissements en infrastructures informatiques, en formation et formalisation de procédures, afin notamment de mettre en œuvre la RGPD et de sécuriser ses systèmes d'informations. En 2021, un poste de RSSI Groupe (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information) à temps plein a été créé afin de renforcer les capacités de mise en œuvre des politiques de sécurité.

Nous rappellerons ici que le chapitre 1.4.7 de ce document passe en revue diverses natures de risques pouvant affecter le Groupe. Pour notre part, nous décrivons et commenterons les grandes catégories des missions du contrôle interne.

1.4.3. La conformité aux lois et règlements

Dans notre activité traditionnelle, les seules législations qui soient véritablement spécifiques sont celles qui concernent d'une part le droit de la consommation et de la concurrence dans le cadre de la vente à distance, notamment lorsque les messages commerciaux s'appuient sur l'organisation de loteries, et d'autre part la protection des données personnelles. A ce titre, la conformité avec les prescriptions légales des messages diffusés par mailings, déjà vérifiée par les services de nos partenaires dans le cadre des opérations en partenariat, fait également l'objet d'un contrôle assuré par un service juridique interne, lequel fait en outre appel aux conseils de spécialistes extérieurs. Les loteries étant régies dans chaque pays par des lois particulières, nous nous assurons de respecter, en Espagne comme en France, les prescriptions légales en vigueur. Enfin, la société et sa filiale espagnole sont attentives à se plier à toutes les instructions émanant de la CNIL en France et de son homologue en Espagne.

Le Groupe a par ailleurs diversifié ses opérations dans la vente d'assurances en tant que courtier : c'est l'objet de la filiale ADLP Assurances détenue à 100 %. Les dispositions légales et réglementaires spécifiques à cette activité font l'objet d'une attention particulière.

Le Groupe s'appuie sur des conseils extérieurs spécialisés pour s'assurer, en toutes circonstances, du respect de tous les droits applicables (droit du travail, droit des sociétés, droit boursier, etc...) et on rappellera que l'entreprise n'est exposée à aucun risque environnemental.

1.4.4. L'application des instructions et des orientations fixées par le directeur général et le conseil d'administration

Les décisions prises par le président directeur général et le conseil d'administration sont présentées et expliquées au cours de réunions d'un comité de direction réunissant les principaux responsables opérationnels et fonctionnels du groupe. Ces responsables à leur tour les relayent auprès de leurs services, dans le cadre de réunions qu'ils organisent avec leurs collaborateurs. Chaque directeur est ainsi chargé de vérifier la bonne application des instructions qui le concernent. Dans le cas d'activités exercées au sein de filiales, sans remettre en cause l'indépendance juridique desdites filiales et dans le respect des règles de gouvernance applicables à chacune des filiales, il revient au dirigeant de la filiale en accord avec le directeur général de décider des actions à mettre en œuvre et pour le directeur général d'en contrôler l'application.

Les informations qui remontent ensuite via le contrôle de gestion permettent de s'assurer que les orientations opérationnelles décidées ont été effectivement suivies d'effets.

1.4.5. Le bon fonctionnement des processus internes de la société, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs

Comme il vient d'être indiqué, les responsables hiérarchiques sont sensibilisés au respect des procédures définies. Les conditions dans lesquelles est assurée la sauvegarde des actifs dépendent de leur nature :

- les actifs immobilisés font l'objet de maintenance et d'assurances contre le risque de destruction ;
- les stocks, souvent conservés à l'extérieur de l'entreprise, font l'objet de suivis tant comptables que physiques et sont également assurés ;
- les actifs financiers sont gérés de façon prudente et sont déposés dans des banques de premier plan ;
- le portefeuille d'abonnements à durée libre (actif hors bilan), est suivi de façon informatique dans le cadre d'un logiciel propre développé à cet effet ; la procédure de valorisation de cet actif fait l'objet de contrôles réguliers par les commissaires aux comptes. Il en est de même pour le portefeuille de contrats d'assurances ;
- les actifs informatiques sont sécurisés au travers notamment de sauvegardes redondées sur plusieurs sites.

1.4.6. Les procédures d'élaboration et de traitement de l'information comptable et financière pour les comptes annuels et consolidés de la société

La société dispose d'un service de contrôle de gestion centralisé. Son travail consiste essentiellement à établir, en liaison avec les divers services et filiales, les budgets de chaque centre de profit et de coût, à produire des prévisions révisées périodiques d'activités et de résultats, à les comparer aux budgets établis et à analyser les écarts constatés : en outre, à chaque arrêté comptable des 30 juin et 31 décembre, il s'attache à rapprocher les données de gestion des données fournies par la comptabilité. Ce contrôle de gestion permet de suivre l'évolution des résultats et de mesurer les risques financiers pris.

Des procédures comptables et informatiques sont mises en place pour sécuriser la prise en compte correcte et exhaustive des informations traitées. De même, s'agissant des mouvements financiers, des procédures adaptées permettent le contrôle des engagements de dépenses et des règlements effectifs.

La cohérence des informations de gestion issues des traitements informatiques avec les données comptables est systématiquement contrôlée. Par ailleurs, les données relevant de la constitution du chiffre d'affaires font l'objet de contrôles par les éditeurs de presse via le rapprochement avec leurs expéditions.

Les comptes consolidés sont produits semestriellement, tandis que le chiffre d'affaires et certains indicateurs (volume d'affaires brut, marge brute, portefeuille d'abonnements gérés) font l'objet de publications trimestrielles au titre de l'information périodique. L'établissement des comptes consolidés procède d'une consolidation directe de toutes les sociétés appartenant au périmètre de consolidation. Les états financiers des filiales, qui ne sont transmis au service central de consolidation qu'après validation par les auditeurs locaux, font l'objet de retraitements lorsque les plans comptables nationaux selon lesquels ont été établis les comptes des filiales présentent des divergences de présentation avec le plan comptable de la société mère ; il est alors procédé à des retraitements de consolidation pour rendre homogènes les comptes de toutes les sociétés entrant dans la consolidation. Les états financiers consolidés en résultant sont alors certifiés par les commissaires aux comptes de la société consolidante lors de la clôture annuelle et font l'objet d'un examen limité lors de la clôture semestrielle.

Outre leurs interventions relatives aux arrêtés comptables, les commissaires aux comptes de la société mère examinent de façon régulière les procédures et leur application. Lorsque des faiblesses ponctuelles sont relevées, les corrections nécessaires sont apportées. Les informations financières d'origine comptable sont complétées par des indicateurs d'activité jugés pertinents et qui font également l'objet de communications externes.

Il s'agit d'une part du volume d'affaires brut qui représente l'ensemble des flux financiers transitant par la société et ses filiales et qui mesure le niveau d'activité de façon plus précise que le chiffre d'affaires qui additionne des éléments hétérogènes : commissions perçues des éditeurs, valeurs de produits vendus quand il s'agit de livres et d'objets, de commissions de courtage.

Il s'agit d'autre part du nombre et de la valeur des abonnements à durée libre gérés à un moment donné : ces abonnements constituent le gage de revenus futurs. Le comportement de ces abonnements obéit à des règles statistiques que l'ancienneté de notre expérience nous a permis de bien connaître et qui rend le portefeuille d'abonnements ainsi constitué parfaitement assimilable à un carnet de commandes valorisable sur la base des revenus qu'il va générer. Une description de la méthode employée pour la valorisation de cet actif figure dans la partie 1.2.4 du rapport de gestion. Le facteur clé utilisé pour le calcul de la valeur des portefeuilles est la durée de vie des abonnements. Lorsque l'appréciation de la durée de vie est trop incertaine, les abonnements ne sont pas valorisés.

Enfin, en ce qui concerne les activités de marketing digital, il s'agit de la marge brute qui représente l'ensemble du chiffre d'affaires (total des factures émises : honoraires, commissions et achats refacturés aux clients) diminué de l'ensemble des coûts d'achat extérieurs effectués pour le compte des clients (on la considère égale au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités magazines et assurances).

De son côté, le comité d'audit rencontre régulièrement les commissaires aux comptes de la société qui le tiennent au courant de leurs observations.

1.4.7. Principaux facteurs de risques et incertitudes

Ce chapitre présente les seuls risques spécifiques au Groupe et susceptibles d'affecter de manière significative son activité, son image, sa situation financière, ses résultats, sa capacité à réaliser ses objectifs.

1. Synthèse des risques

Dans le contexte de la crise sanitaire déclenchée par la pandémie de Covid-19, certains risques se sont matérialisés ou ont nécessité une vigilance accrue. L'impact principal de cette crise pour le Groupe a résidé dans le recours au télétravail partiel de presque tous ses collaborateurs et une sécurisation renforcée des infrastructures techniques.

L'actualisation de la cartographie des risques effectuée en 2021 a permis de mettre en lumière la résilience du Groupe face à la pandémie tout en redéfinissant les contours des principaux risques et leur gestion. En 2022, une nouvelle revue de la

RAPPORT DE GESTION

cartographie a été réalisée afin d'adapter les risques au contexte actuel au sein duquel le Groupe évolue. À ce titre, des informations complémentaires sont disponibles dans le cadre de la Déclaration de Performance Extra-Financière, figurant au chapitre 2 du présent document.

Les éléments ci-dessous présentent de manière synthétique les principaux risques estimés par le Groupe à fin 2022 et organisés dans un nombre limité de catégories en fonction de leur nature : les risques sectoriels, les risques opérationnels, les risques juridiques et financiers, les risques industriels et environnementaux.

Dans chaque catégorie, les facteurs de risques sont classés, après déploiement des mesures de gestion, selon leur niveau de criticité en combinant pour chaque risque son impact potentiel avec sa probabilité d'occurrence :

Probabilité d'occurrence	Impact estimé
*** Probable	*** Elevé
** Possible	** Moyen
* Peu probable	* Faible

	Criticité	
	Probabilité	Impact
Risques sectoriels		
Secteur concurrentiel	***	**
Conjoncture économique	***	**
Risques opérationnels		
Dépendance du Groupe vis-à-vis de ses dirigeants et de ses collaborateurs	***	**
Dépendance Clients	**	**
Éditeurs et partenaires	**	*
Défaillance des systèmes informatiques et cybercriminalité	**	*
Activité de courtage en assurances	**	*
Stocks	*	*
Risques juridiques et financiers		
Manquement à la réglementation	**	*
Droits de propriété intellectuelle	*	*
Liquidité et taux d'intérêt	**	**
Risques industriels et environnementaux		
Industriels	**	*
Environnement et effets liés au changement climatique	*	*

2. Risques sectoriels

2.1. Risques liés à un secteur concurrentiel

Description

Le secteur du marketing et de la communication est extrêmement concurrentiel. Les concurrents du Groupe sont de toutes tailles et de tous types, allant des grands groupes internationaux à de plus petits acteurs opérant sur des marchés locaux. Le Groupe fait face à cette concurrence tant pour conserver ses clients actuels que pour conquérir de nouveaux clients. L'accentuation de la pression concurrentielle pourrait influencer négativement sur les revenus ou les résultats du Groupe.

Gestion et mesures mises en place

La mise en œuvre de la stratégie du Groupe, orientée vers le recentrage des activités magazines et le développement des activités de marketing digital et de courtage d'assurance, doit permettre d'améliorer la position concurrentielle du Groupe. En liaison avec le comité Groupe, les directions de chaque filiale effectuent une veille continue du marché et des concurrents.

2.2. Risques liés à la conjoncture économique et au contexte géopolitique

Description

Les risques liés à l'environnement économique sont de diverses natures : pouvoir d'achat de la clientèle, évolution de la consommation, évolutions technologiques, évolutions des marchés de la presse et de la vente à distance... Par ailleurs, des événements conjoncturels, comme l'épidémie de Covid-19, géopolitiques et macroéconomiques peuvent conférer un caractère irrégulier aux ventes de la société. Ces événements peuvent réduire les performances des campagnes de marketing direct à grande échelle ou inciter les entreprises à réduire leurs budgets marketing. Ces évolutions peuvent, le cas échéant, être pénalisantes pour les activités de la société, notamment dans la vente de magazines.

Gestion et mesures mises en place

Le Groupe a démontré par le passé un bon niveau de résistance aux crises économiques. La diversification des activités du Groupe le rend moins sensible à la conjoncture défavorable d'un marché donné. C'est la raison pour laquelle le Groupe cherche à développer ses activités sur des marchés en fort développement, tels le marketing digital ou le courtage d'assurance, en renforçant son ancrage européen et en se développant à l'international.

3. Risques opérationnels

3.1. Risques liés à la dépendance du Groupe vis-à-vis de ses dirigeants et de ses collaborateurs

Description

La réussite du Groupe dépend des compétences et de la disponibilité de certains collaborateurs clés ainsi que de la qualité des relations qu'ils entretiennent avec les clients. Dans un environnement où les compétences digitales sont au cœur de la transformation des organisations, les métiers du Groupe connaissent structurellement une rotation importante du personnel (turnover) qui peut représenter un risque. Si le Groupe n'était plus en mesure d'attirer et de retenir des collaborateurs clés ou de garantir leur disponibilité, les perspectives, les activités, la situation financière et les résultats du Groupe pourraient en être significativement affectés.

Gestion et mesures mises en place

Les Directions des ressources humaines du Groupe et de ses filiales veillent à l'identification des personnes clés, leur proposent des mécanismes d'incitation à la performance et les incluent dans les plans d'intéressement à long terme du Groupe afin de les fidéliser. Des politiques d'égalité salariale et d'égalité des chances sont également mises en place et

font l'objet d'un suivi. Dans la majorité des sociétés du Groupe, ces dispositions sont assorties d'un programme de formation étendu destiné à développer les compétences et accroître le sentiment d'appartenance à un projet global. Ces mesures influent positivement le taux de rotation qui est faible comparé à d'autres acteurs du marché. Des informations complémentaires figurent au chapitre 2 du présent document.

3.2. Risques de dépendance clients

Description

Dans les activités magazines et assurances, les opérations principalement menées en partenariat présentent un risque faible, puisque les montants sont prélevés par les partenaires pour être reversés à la société. Tous les partenaires sont de grandes entreprises solvables. Le risque clients est plus particulièrement constitué par les opérations de ventes en direct d'abonnements à durée déterminée, lorsqu'elles ne font pas l'objet d'un paiement à la commande. L'encours est constitué d'un grand nombre de sommes unitairement peu importantes.

Dans les activités de marketing digital, un client peut décider, à tout moment, de recourir à d'autres agences marketing, de réduire ses investissements, voire de les supprimer. Une réduction substantielle des contrats les plus significatifs ou la perte de ceux-ci pourrait avoir une incidence négative sur l'activité et les résultats du Groupe. Par ailleurs, la survenance de conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur peut limiter les perspectives de croissance du Groupe et influencer négativement sur son activité ou ses résultats.

Gestion et mesures mises en place

Dans les activités magazines, les retards de paiement sont systématiquement relancés en application d'une procédure définie, avant remise à une société de recouvrement. L'encours clients fait l'objet, à chaque clôture, d'une analyse qui donne lieu au calcul d'une provision déterminée sur une base statistique.

Dans les activités de marketing digital, la direction du Groupe analyse régulièrement l'exposition du Groupe à la perte de contrats significatifs. Le Groupe dispose d'un portefeuille de clients diversifié et compte parmi ses clients de grands Groupes du CAC 40. La récurrence des contrats est variable selon les clients. Toutefois, les revenus des filiales du Groupe se caractérisent par une forte proportion de clients fidèles sur de nombreuses années. Dans le cadre de la gestion de la relation client, le Groupe s'assure du respect des contrats signés avec ses clients et en particulier des clauses d'exclusivité.

3.3. Risques liés aux éditeurs et aux partenaires

Description

Dans un marché de la presse difficile et dans un contexte de montée en puissance de la distribution numérique, les orientations stratégiques prises par les éditeurs de presse magazine pourraient engendrer des évolutions significatives dans le portefeuille de titres que le Groupe peut distribuer.

Une consolidation des sociétés d'édition pourrait notamment entraîner une réduction de l'offre de presse au grand public à travers une diminution du nombre de titres publiés. Une telle réduction aurait un impact sur l'attractivité de l'offre de la société, ainsi que sur la valeur de son portefeuille d'abonnements à durée libre.

En cas de perte d'un partenaire, la croissance du Groupe et la valeur de l'actif incorporel seraient affectées, mais pas la rentabilité à court terme.

Gestion et mesures mises en place

L'offre proposée par les éditeurs reste diversifiée. En cas de cessation de parution d'un magazine, l'abonné se voit proposer un abonnement de substitution, ce qui permet l'étendue des relations éditeurs de la société.

Il convient de rappeler qu'en cas de perte d'un partenaire, le portefeuille d'abonnements reste acquis à DÉKUPLE pour sa durée de vie, ce qui lui assure en moyenne plus de 2 années de recettes sans avoir à exposer de frais commerciaux directs et laisse le temps de trouver d'autres partenaires en substitution. Le volume d'affaires d'abonnements à durée libre en

France réalisée avec les clients du partenaire le plus important représente moins de 10 % du volume d'affaires brut consolidé.

Le Groupe s'appuie sur la diversité de son offre commerciale pour répartir ce risque en misant sur la qualité de ses relations avec ces principaux partenaires. La diversification du Groupe dans le marketing digital et le courtage d'assurance a permis d'atténuer ces risques.

3.4. Risques de défaillance des systèmes informatiques et de cybercriminalité

Description

Le Groupe est exposé au risque de défaillance des systèmes et infrastructures informatiques utilisées. Les risques concernent autant la perte de données commerciales ou financières, que l'incapacité à pouvoir opérer de manière efficace du fait d'une avarie technique ou d'intrusions malveillantes. Le renforcement des réglementations en matière de protection des données personnelles, comme le Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), accroît également les risques liés à la non-conformité réglementaire.

Gestion et mesures mises en place

Le Groupe estime que les risques inhérents à l'exploitation de ses systèmes sont correctement maîtrisés. Les programmes et données informatiques font l'objet de sauvegardes quotidiennes en liaison avec les prestataires informatiques. Des tests d'intrusion sont régulièrement menés et la société investit des sommes importantes dans la sécurité et la redondance de ses systèmes informatiques critiques. Par ailleurs, dans le cadre du RGPD, un programme de gestion des données personnelles est en place depuis 2018 et se traduit par l'adoption de processus stricts et transparents dans la gouvernance, la collecte, le traitement et le stockage des données. Deux Data Protection Officers (DPO), certifiés par l'APAVE, conformément au référentiel de certification des compétences de la CNIL, supervisent la stratégie et l'implémentation des initiatives de protection des données au sein de l'organisation. Par ailleurs, un RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), nommé en 2021, convoque mensuellement un comité de sécurité informatique dans le cadre duquel tous les sujets intéressant la sécurité des systèmes d'information sont partagés entre la DSI, les DPO et la Direction Financière.

3.5. Risques liés à l'activité de courtage en assurances

Description

La rentabilité des opérations de recrutement de contrats d'assurances est dépendante de la durée de vie de ces contrats. La société ne disposant pas encore du recul nécessaire à une évaluation statistique précise de la durée de vie, il existe un risque que certaines opérations marketing n'atteignent pas in fine la rentabilité attendue au moment de leur mise en œuvre.

Gestion et mesures mises en place

Des indicateurs de pilotage sont mis en place pour chaque opération et sont suivis par la Direction du Groupe. Le Groupe est par ailleurs un acteur intervenant sur un maillon spécifique de la chaîne de valeur de l'assurance, le marketing et la commercialisation. Dans le cadre de ce modèle, les risques sont partagés avec les partenaires qui délèguent principalement au Groupe le marketing et la gestion de la distribution de produits d'assurances, la tarification et la gestion des contrats restant à la charge du partenaire. Le développement et la diversification du portefeuille d'assurés permet d'atténuer ces risques.

3.6. Risques liés aux stocks

Description

Les principales activités du Groupe (abonnements à durée libre, marketing digital et courtage d'assurance) n'entraînent aucun stock physique. De même, les matériels promotionnels (documents de mailings et encarts papier) ne transitent pas

physiquement par la société, étant adressés directement par les imprimeurs aux routeurs chargés de leur expédition ; la société en a toutefois la propriété juridique.

Les seuls stocks physiques significatifs sont ceux constitués par les primes et cadeaux promotionnels. Ces stocks ne sont que partiellement détenus par la société, étant souvent répartis entre les fournisseurs en attente de livraison et les routeurs chargés de leur expédition.

Gestion et mesures mises en place

La propriété de ces stocks est normalement assurée (voir plus loin). Les stocks sont approvisionnés en fonction des besoins prévisionnels et font l'objet d'analyses régulières de leur rotation ; en cas de nécessité, en fin de campagne, il est fait appel à des soldeurs.

4. Risques juridiques et financiers

4.1. Risques de manquement à la réglementation

Description

Le Groupe est soumis à des lois et des réglementations complexes et en évolution qui peuvent affecter ses opérations.

Les risques juridiques susceptibles d'affecter la société sont, d'une part, ceux liés à la pratique de la vente à distance et plus particulièrement à l'organisation des loteries qui servent d'outils promotionnels à la vente d'abonnements à durée déterminée.

D'autre part, l'activité de courtage en assurances est soumise à une réglementation exigeante dont les évolutions sont des facteurs de risques particulièrement suivis, notamment en matière de droit des assurances, de droit des sociétés et de normes comptables et fiscales ; cette réglementation est évolutive et implique une attention permanente.

Gestion et mesures mises en place

La société, membre de la fédération professionnelle, respecte la charte déontologique de la FEVAD. Tous les messages diffusés font l'objet de multiples contrôles, par le service juridique ad hoc de la société, par ses conseillers extérieurs et, quand il s'agit de messages adressés au nom d'un partenaire, par les services juridiques du partenaire. Les loteries sont soumises à de strictes législations propres à chaque pays. Là également, le service juridique interne et les conseils extérieurs sont attentifs au respect de toutes les obligations.

La direction juridique contribue à la sécurisation des risques de conformité en veillant au respect des dispositions législatives et réglementaires applicables à la profession, afin de limiter le risque d'irrégularités et de sanctions. L'activité est, conformément à la réglementation, couverte par un contrat de responsabilité civile du courtier.

Par ailleurs, il n'existe aucune procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage qui pourrait avoir ou a eu récemment des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe.

4.2. Risques de liquidité et de taux

Description

Le Groupe est exposé à un risque de liquidité dans le cas où ses encaissements ne couvriraient plus ses décaissements alors même que sa capacité à lever de nouvelles ressources financières serait épuisée ou insuffisante. Le Groupe n'est pas exposé aux variations de taux d'intérêt sur ses passifs financiers, ceux-ci étant constitués pour l'essentiel par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de filiales du Groupe, ainsi que par des financements bancaires, principalement à taux fixe .

Gestion et mesures mises en place

La société a une revue spécifique de son risque de liquidité et considère être en mesure de faire face à ses échéances sur les douze prochains mois. Il est rappelé que le Groupe dispose d'une trésorerie nette conséquente pour un total au 31 décembre 2022 de l'ordre de 58,5 M€. Dans le cadre de sa politique de financement, le Groupe veille à limiter le risque de taux d'intérêt en privilégiant les financements à taux fixe.

En K€	-1 an	1 an à 5 ans	+ 5 ans
Passifs financiers	6 104	31 169	13 647
Actifs financiers	60 589		
Position nette avant gestion	60 589		
Hors bilan	0		
Position nette après gestion	Capital garanti	N/A	N/A

4.3. Risques liés aux droits de propriété intellectuelle

Le Groupe protège activement ses droits de propriété intellectuelle. Cependant, il ne peut jamais être exclu une utilisation frauduleuse de ces droits par des tiers, ce que le Groupe est en mesure de combattre par toutes les voies de droit.

5. Risques industriels et environnementaux**5.1. Risques industriels**Description

Les principales causes identifiées qui pourraient générer la perte d'un site sont i) un départ de feu et/ou une explosion, ii) un risque naturel tel qu'un tremblement de terre, une tempête ouragan ou une inondation et iii) un acte malveillant.

Gestion et mesures mises en place

La société est propriétaire de son centre de traitement construit sur un terrain appartenant à une SCI qu'elle contrôle à 100%. Aucun risque particulier n'affecte ce terrain ni les constructions qui y sont édifiées ; celles-ci sont normalement assurées (voir plus loin). La société ne possède aucune immobilisation corporelle significative en dehors des matériels installés dans ce centre, qui font l'objet de maintenances régulières, ne présentent pas de risque d'obsolescence particulier et sont couverts par les polices d'assurance. La société n'est pas assurée sur le risque d'exploitation. Des informations complémentaires figurent au chapitre 2 du présent document.

5.2. Risques liés à l'environnement et aux effets du changement climatiqueDescription

Compte tenu de la nature de ses activités de services intellectuels et de son implantation géographique, le Groupe est faiblement exposé aux risques environnementaux liés au changement climatique, y compris en cas de renchérissement brutal de l'énergie ou de taxation du carbone émis. Le Groupe est particulièrement attentif à la réduction de son empreinte carbone, à la sobriété énergétique et des ressources et à la réduction des déchets et des polluants, tout en sensibilisant ses collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux actuels.

Gestion et mesures mises en place

La démarche du Groupe s'appuie depuis 2010 sur la certification environnementale ISO 14001 pour ses activités de fidélisation qui fait l'objet d'un audit de suivi annuel réalisé par Bureau Veritas Certification. Le Groupe DÉKUPLE a réalisé en 2022 un premier bilan carbone pour l'ensemble de ses activités, avec une mesure sur l'année 2021 de ses émissions

RAPPORT DE GESTION

jusqu'au « scope 3 », qui lui permet d'orienter ses actions avec pour objectif de réduire son empreinte carbone par K€ de chiffre d'affaires ou de marge brute, par nouvel abonné ou par collaborateur en Équivalent Temps Plein. De nombreuses autres actions sont en cours, à l'exemple des plans de sobriété énergétique, mesurables régulièrement, pour faire face à l'envolée des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique. Le Groupe et ses filiales appuie également sa démarche par l'obtention de certifications et labels de sa performance sociale et environnementale. Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

6. Assurances et couverture des risques

Les contrats d'assurance ont été souscrits auprès de compagnies de premier plan telles que AXA, COVEA, QBE, ZURICH ou MONDIAL ASSISTANCE, et sont présentés dans le tableau suivant :

CONTRATS	ASSURE(S)	COMPAGNIE	PROCHAINE ECHEANCE	CAPITAUX au 01/01/2022
REPOSABILITE CIVILE EXPLOITATION / PROFESSIONNELLE	ADLPartner	AXA	01/01/2023	
RESPONSABILITÉ CIVILE AVANT LIVRAISON DES PRODUITS				
Dommages Corporels (y. c. intoxications alimentaires), mat. et immat. Confondus				10 000 000 €
Faute inexcusable de l'employeur - accidents du travail - maladies professionnelles				2 000 000 €
Atteinte accidentelle à l'environnement				1 000 000 €
Préjudice écologique				100 000 €
Dommages matériels et immatériels consécutifs				3 000 000 €
Dommages immatériels non consécutifs				500 000 €
Dommages aux objets confiés y compris reconstitution de documents				500 000 €
Vol par préposé				200 000 €
RESPONSABILITÉ CIVILE APRÈS LIVRAISON DES PRODUITS				
Dommages Corporels, matériels et Immatériels confondus				5 000 000 €
Dommages immatériels non consécutifs y compris frais de dépose-repose et frais de retrait engagés par les tiers				1 000 000 €
Frais de dépose/repose engagés par l'assuré				250 000 €
Frais de retrait engagés par l'assuré				500 000 €
Frais de prévention				200 000 €
Défense pénale et recours				20 000 €
MULTIRISQUE INDUSTRIELLE	ADLPartner	CHUBB	01/01/2023	
Assurance Globale dommages aux biens				19 900 000 €
Bâtiments et/ou risques locatifs, agencements, embellissements				8 700 668 €
Mobilier, matériel en tous lieux				3 141 867 €
Matières premières, marchandises à tous états et en tous lieux				10 000 000 €
Frais et Pertes divers y compris honoraires d'experts, après tout sinistre				2 097 305 €
Frais supplémentaires d'exploitation				800 000 €
Pertes Indirectes 10% sur Bâtiments et Contenu				10%
Incendie, explosions, foudre				
Chutes d'appareils de navigation aérienne, choc de véhicules terrestre				
Émeutes, mouvements populaires, actes de terrorisme et sabotage				
Tempête, dommages, dégâts des eaux				
Dommages électriques				157 298 €
Tous risques informatiques				157 298 €
Bris de glaces				15 730 €
Vol y compris détériorations mobilières et immobilières (sous limites en vol en coffre, transport de fonds)				262 163 €
Événements non dénommés - Tous sauf				1 000 000 €
Effondrement				209 730 €
Événements naturels hors arrêtes catastrophes naturelles				209 730 €
RESPONSABILITÉ CIVILE INTERMÉDIAIRE D'ASSURANCE + GARANTIE FINANCIÈRE	ADLPartner	QBE	01/01/2023	
RC Professionnelle				3 000 000 €
Garantie Financière				115 000 €
RESPONSABILITÉ CIVILE INTERMÉDIAIRE D'ASSURANCE + GARANTIE FINANCIÈRE	ADLP Assurances	QBE	01/01/2023	
RC Professionnelle				3 000 000 €
RC Exploitation				6 000 000 €
Garantie Financière				115 000 €
ASSURANCE AUTOMOBILE FLOTTE	ADLPartner	MMA	01/05/2023	Tous risques (8 véhicules)
INDIVIDUELLE ACCIDENT GROUPE	Dirigeants	ZURICH	21/09/2023	
Président = Décès, Invalidité Permanente et Partielle (selon barème)				336 658 €
Directeur Général = Décès, Invalidité Permanente et Partielle (selon barème)				333 791 €
CYBER	Dirigeants	AXA France	01/01/2023	2 000 000 €
RESPONSABILITE CIVILE DIRIGEANTS	Dirigeants	AIG	01/09/2023	5 000 000 €
DOMMAGES INTERETS DUS				
AUX TIERS LESES				
FRAIS DE DEFENSE CIVILE ET PENALE				
FRAIS DE GESTION DE CRISE				
FAUTE NON SEPARABLE PERSONNE PHYSIQUE				
DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS	Dirigeants	CHUBB	01/01/2023	

1.5. OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ

1.5.1. État de la participation des salariés au capital social

A la connaissance de la société, l'actionnariat salarié au 31 décembre 2022 représente environ 1% du capital de la société ADLPartner et est constitué principalement par :

- les actions gratuites attribuées au personnel du Groupe le 20 janvier 2008, suite à la décision prise le 20 janvier 2006 d'attribuer 100 actions à chaque membre du personnel du Groupe; ces actions représentaient environ 0,3 % du capital de la société ;
- les actions détenues par des salariés à la suite de levées d'options d'achat qui leur ont été consenties et qu'ils ont mises au nominatif ; ces actions représentent environ 0,5 % du capital de la société ;
- les actions gratuites attribuées à certains membres du personnel du Groupe depuis le 14 décembre 2015, les premières ayant été acquises le 14 décembre 2017.

Il n'y a pas de fonds collectif détenant et gérant des actions de la société pour le compte du personnel.

1.5.2. Récapitulatif des opérations réalisées en 2022 sur les titres de la société par les dirigeants, les hauts responsables et les personnes qui leur sont liées

Les opérations réalisées sur les actions par les dirigeants et hauts responsables de la société ayant fait l'objet d'une publicité auprès de l'Autorité des Marchés Financiers au titre de la réglementation applicable, et notamment le Règlement Européen (UE) 596/2014 du 16 avril 2014 sont, à la connaissance de la société, les suivantes (tableau reprenant de manière agrégée l'ensemble des opérations réalisées par chacune des personnes concernées) :

Déclarant	Cession d'actions sur le marché			Exercice de stock-options		
	Montant total (€)	Nombre d'actions	Prix Moyen (€)	Montant total (€)	Nombres d'options	Prix Moyen (€)
Claude Charpin	56 078 €	1 827	30,70 €	30 008 €	2 192	13,69 €
Philippe Lemeau	106 057 €	3 250	32,63 €			

1.5.3. Programme de rachat d'actions

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2022, les interventions de la société dans le cadre des programmes de rachat d'actions l'ont été au titre des autorisations octroyées par l'assemblée générale du 18 juin 2021 (pour la période du 1^{er} janvier 2022 au 17 juin 2022) et par l'assemblée générale du 17 juin 2022 (pour la période du 18 juin 2022 au 31 décembre 2022). Ces interventions ont eu pour finalités d'assurer l'animation et la liquidité du titre dans le cadre d'un contrat de liquidité, confié à Oddo BHF, conforme à la charte de déontologie AMAFI reconnue par l'Autorité des marchés financiers et de satisfaire aux obligations découlant des programmes d'attribution gratuite d'actions, aux salariés ou aux dirigeants d'ADLPartner ou d'une entreprise associée.

Dans ce cadre, au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2022, la société ADLPartner a acquis 41 389 actions et a vendu 27 172 actions de la société, hors livraison d'actions gratuites aux salariés et mandataires sociaux, et, hors actions remises suite à l'exercice d'options d'achat par les salariés de la société (cf. ci-après) :

- le cours moyen de ces achats a été de 28,85 € ; le cours moyen de ces ventes a été de 27,20 € ;
- la rémunération allouée à Natixis (incluant celle due à Oddo BHF), pour l'exercice 2022, correspond à 0,25 % du montant brut HT des capitaux traités. Aucun frais de courtage n'est facturé par ces derniers sur le contrat de liquidité.

RAPPORT DE GESTION

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2022, la société a remis 34 320 de ses propres actions, à un prix moyen de vente de 0 € par action, suite à la livraison d'actions gratuites prévue dans le cadre des plans d'attribution décidés les 13 décembre 2019 (plan B et C) et 10 novembre 2020 (plan A) par le directoire.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2022, la société a remis 2 192 de ses propres actions, à un prix moyen de vente de 13,69 € par action, suite à l'exercice d'options d'achat par les salariés de la société.

Le nombre des actions inscrites au nom de la société au 31 décembre 2022, ayant comme finalité d'assurer l'animation et la liquidité du titre, était de 3 559, représentant 0,09 % de son capital au 31 décembre 2022. Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 107 911,08 € et leur valeur nominale totale était de 5 536,72 €.

A ces 3 559 actions, s'ajoutent 159 931 actions auto-détenues destinées à honorer les obligations de la société liées aux options d'achat attribuées et aux attributions gratuites d'actions, acquises dans le cadre du programme de rachat d'actions autorisé par les assemblées générales ordinaires des actionnaires du 15 juin 2012, du 14 juin 2013, du 13 juin 2014, du 12 juin 2015, du 17 juin 2016, du 16 juin 2017, du 15 juin 2018, du 7 juin 2019, du 12 juin 2020, du 18 juin 2021 et du 17 juin 2022 (3,84 % du capital social). Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 2 512 801,95 € et leur valeur nominale totale était de 248 804,02 €.

Globalement, au 31 décembre 2022, la société détenait ainsi 163 490 de ses propres actions (3,93 % du capital social) pour une valeur totale évaluée à leur coût d'achat de 2 620 713,03 € et leur valeur nominale totale était de 254 340,74 €.



2. DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

2.1.	VISION DE LA DIRECTION.....	92
2.2.	ENJEUX RSE POUR DÉKUPLE	97
2.3.	DESCRIPTION DES PRINCIPALES POLITIQUES.....	106
2.4.	PERFORMANCES RSE	122
2.5.	APPENDICE : ALIGNEMENT DES ODD ET DES CIBLES.....	138
2.6.	LA TAXONOMIE EUROPÉENNE	140
2.7.	RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION DU GROUPE	143

2.1. VISION DE LA DIRECTION

2.1.1. Fondements de notre démarche RSE

1. Historique de notre démarche

Depuis plus de 10 ans, le Groupe DÉKUPLE est engagé dans une démarche visant à mettre en place une stratégie RSE cohérente avec ses enjeux stratégiques et les attentes de ses parties prenantes. Cette démarche doit permettre de mieux anticiper, in fine, les attentes de ses collaborateurs, partenaires, clients, fournisseurs et actionnaires, tout en intégrant les évolutions réglementaires relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Animé par une ambition générale, le Groupe DÉKUPLE s'est fixé un cap à son plan stratégique « Ambition 2025 », celui de devenir un leader européen du data marketing. Le Groupe est aujourd'hui, organisé en 6 pôles d'activité et sa croissance se construit grâce à un équilibre de croissance organique, via de nouvelles activités et de nouvelles offres, et de croissance externe via l'acquisition de sociétés aux compétences et expertises complémentaires de celles déjà présentes dans le Groupe en fonction des opportunités. Ces associations laissent aux entrepreneurs leur autonomie pour se développer tout en favorisant les partages et l'entraide.

La politique RSE du Groupe s'est déployée de la même manière, en partageant ses principes, ses valeurs mais également en laissant aux entrepreneurs une autonomie sur les moyens de la mise en œuvre, afin qu'ils soient adaptés à leurs particularités. Ainsi, le Groupe applique la norme ISO 14001 uniquement à son activité de fidélisation, la plus sensible à l'empreinte environnementale. Tandis que par exemple, l'ensemble du groupe partage les mêmes valeurs.

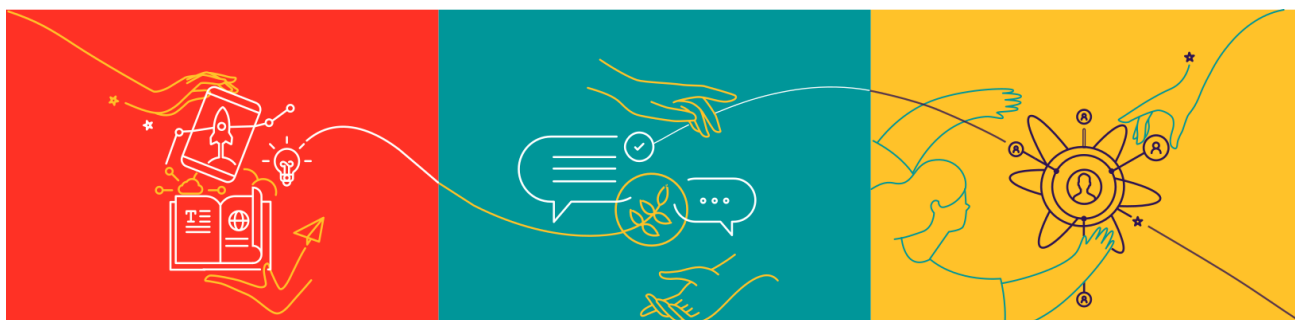
De manière générale, le Groupe construit sa politique RSE en capitalisant sur les actions menées ces dernières années : marque employeur, éducation de qualité, réduction de l'empreinte carbone, attention au bien-être et à la santé au travail, égalité entre les sexes et plus largement pour la diversité.

En 2022, comme en 2023, le Groupe DÉKUPLE poursuit la croissance rentable de ses activités, en particulier celles en marketing digital, dont le poids dans le Groupe continuera à progresser fortement dans les prochaines années.

2. Nos valeurs

La politique RSE de DÉKUPLE intègre l'ensemble des composantes du Groupe. Elle se vit au quotidien dans les décisions et actions prises par le management, mais aussi dans la liberté donnée à chaque salarié de proposer et contribuer dès que cela est possible à faire progresser le Groupe. Les salariés sont les moteurs de cette démarche qui dépasse les organisations et les hiérarchies.

Les collaborateurs du Groupe sont sollicités pour formaliser ses valeurs, ainsi que les principes de comportements qui y sont associés. Trois valeurs ont été définies pour guider le Groupe et ses collaborateurs dans leur quotidien.



ESPRIT DE CONQUÊTE

> Notre avenir est fait d'audace

Valeur motrice de DÉKUPLE, l'Esprit de Conquête impulse aujourd'hui comme hier la dynamique collective de notre Groupe. Expérimentation. Innovation. Ambition. C'est l'énergie qui nous motive chaque jour à nous réinventer, à entreprendre et à relever les nouveaux défis qui s'offrent à nous et à nos clients.

RESPECT

> Nous tenons nos engagements

Valeur fondatrice de DÉKUPLE, le Respect est à la base de notre Groupe depuis sa création. Respect de nos collaborateurs. Respect des clients. Respect des consommateurs. Respect de nos engagements. Respect de la loi. Le Respect est le socle de notre équilibre et de notre réussite, à court et à long terme.

ENTRAIDE

> Notre union fait notre force

Valeur fédératrice de DÉKUPLE, l'Entraide est au cœur de nos relations de Groupe. Créer des synergies. Cultiver les solidarités. Allier bienveillance et performance. L'Entraide assure au jour le jour la cohésion de notre grande famille.

Ces trois valeurs fondent notre esprit de famille, notre fierté et la force de notre modèle d'entreprise et nous aident à aller plus loin, à devenir meilleur et à nous soutenir. Ensemble, nous faisons vivre nos valeurs au quotidien.

En 2021, le Groupe a largement soutenu la diffusion de ses valeurs au travers des newsletters, d'un concours, des affichages au sein des sites de DÉKUPLE, mais également au travers de points spécifiques introduits dans les évaluations d'ADLPartner SA, ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Ividence, Leoo, Dékuple Iberia. En 2022, La création d'une UES³ Dékuple regroupant 6 sociétés du Groupe (ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Leoo, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing) a permis de soutenir la diffusion des valeurs auprès des collaborateurs. Ces valeurs ont également fait l'objet de présentations spécifiques sur le site Internet du Groupe et dans les offres de postes, ainsi que de campagnes d'affichage dans les bureaux du Groupe. En Espagne, les valeurs sont rappelées par le management tous les trimestres au cours d'une réunion mensuelle et font l'objet de points spécifiques dans les entretiens d'évaluation des collaborateurs de nombreuses sociétés.

3. Nos référentiels du Développement Durable

Afin de poursuivre sa démarche RSE de façon ambitieuse et pragmatique, le Groupe l'a inscrite dans un projet encore plus collectif, comprenant les principaux référentiels nationaux et internationaux du développement durable : ONU et les référentiels européen et français.

³ Unité économique et sociale

3.1. Les Objectives de développement durable des Nations unies

Adoptés en 2015 par les Etats membres de l'Organisation des Nations unies, les Objectifs de Développement durable (ODD) sont devenus la principale référence pour les efforts internationaux des gouvernements, des entreprises et de la société civile pour l'obtention d'un monde plus juste, équitable et conscient des impacts sur la planète.

Organisés en 17 objectifs et 169 cibles, les ODD répondent aux besoins des trois piliers du développement durable : la société, l'environnement et l'économie, et ils sont parfois regroupés en les "5P", ou les cinq domaines qui comprennent le peuple, la prospérité, la planète, la paix, et les partenariats.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



[Plus d'information sur le site Internet des ODD](#)

3.2. Le Global compact de l'Onu

Adhérent au Pacte mondial depuis novembre 2020, le groupe Dékuple souhaite contribuer à une des plus larges initiatives internationales d'engagement volontaire en matière de développement durable.

Le Pacte mondial (Global compact en anglais) est une initiative de l'Organisation des Nations unies lancée en 2000 pour inviter les entreprises autour du monde à adopter, soutenir et appliquer, dans leur sphère d'influence, des pratiques socialement responsables.

Les entreprises participantes s'engagent à progresser en ce qui concerne 10 principes, compris dans quatre thèmes liés à la promotion des droits de l'homme, des normes internationales du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption, encadrés par les 17 Objectifs de développement durable de l'Onu.

Les 4 thèmes et les 10 principes du pacte mondial des Nations unies.



Droits de l'homme

Principe 1 : Les entreprises doivent soutenir et respecter la protection des droits de l'homme proclamés internationalement ; et

Principe 2 : s'assurer qu'ils ne sont pas complices d'atteintes aux droits humains.



Travail

Principe 3 : Les entreprises doivent respecter la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective ;

Principe 4 : l'élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire ;

Principe 5 : l'abolition effective du travail des enfants ; et

Principe 6 : l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.



Environnement

Principe 7 : Les entreprises doivent soutenir une approche de précaution face aux défis environnementaux ;

Principe 8 : entreprendre des initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale ; et

Principe 9 : encourager le développement et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.



Anti-corruption

Principe 10 : Les entreprises doivent lutter contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion et les pots-de-vin.

[Plus d'information sur le site internet du Global Compact](#)

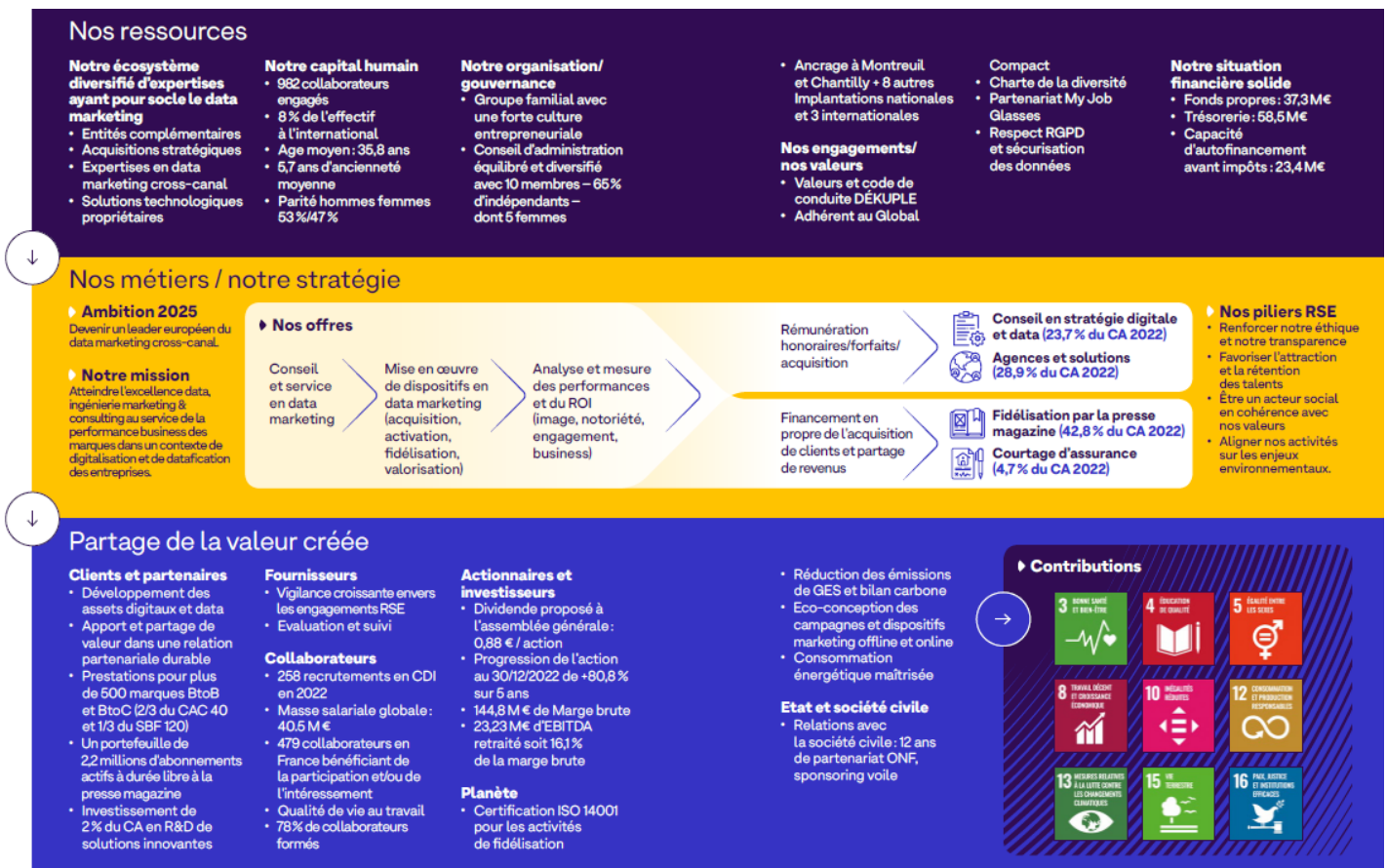
3.3. Cadre légal européen et français

La démarche RSE de DÉKUPLE s'inscrit dans les dispositions du cadre légal européen et français, en intégrant particulièrement les changements les plus récents, tels que la loi PACTE de 2019, le « Décret Tertiaire » de 2020 pour réduire la consommation énergétique dans les bâtiments à usage tertiaire, les dispositions de la loi Climat et résilience de 2021 et, plus récemment, la disposition sur le plan de sobriété énergétique annoncée en août 2022 (alignement avec l'objectif de la réduction des consommations d'énergie de 10 % à l'horizon 2024).

2.1.2. Modèle d'affaires du Groupe 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 multiples et complémentaires lui permettent d'accompagner les marques dans leurs besoins marketing mais aussi de créer pour son compte des portefeuilles générateurs de revenus récurrents.

Le modèle d'affaires du Groupe se structure de la façon suivante :



DÉKUPLE est très attaché à la construction, dans la durée, d'un Groupe de multi-entrepreneurs en intégrant des entreprises avec des compétences complémentaires et dirigées par des entrepreneurs qui partagent les valeurs du Groupe. La stratégie d'investissement du Groupe en croissance externe repose principalement sur un modèle d'acquisition par étapes permettant aux dirigeants de rester actionnaires de leur structure. En 2022, trois sociétés ont rejoint DÉKUPLE à travers la prise de participation à vocation majoritaire dans Duhno et les prises de participation majoritaires dans Brainsonic, agence

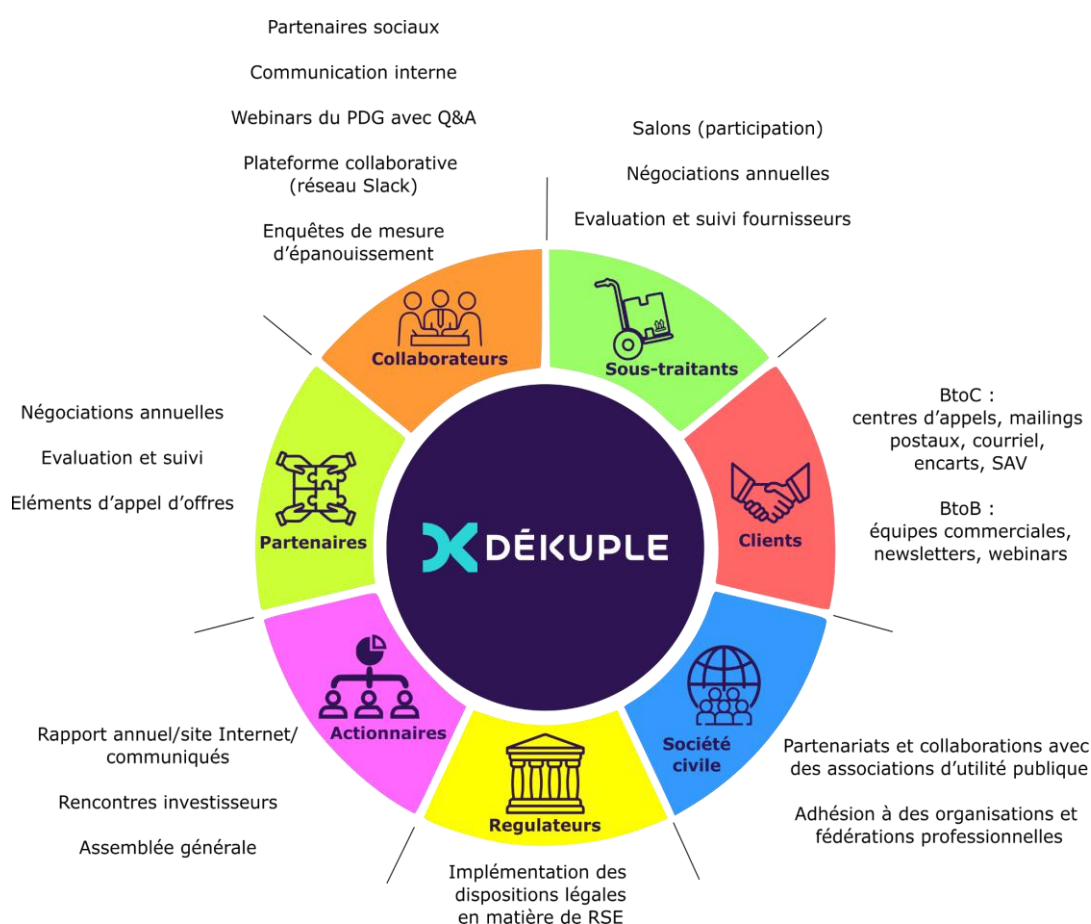
de communication leader de l'engagement, et Smart Traffik⁴, éditeur de solutions Web-to-Store en mode SAAS répondant aux nouveaux enjeux du monde du Retail. Ces trois sociétés n'ont pas été intégrées au périmètre d'analyse de la DPEF

2.1.3. Un dialogue étroit avec nos parties prenantes

Société familiale aux valeurs fortes et à l'actionnariat stable, le Groupe DÉKUPLE inscrit depuis toujours ses actions sur le long terme. Depuis sa création, le Groupe a porté une attention toute particulière aux collaborateurs et à son écosystème avec qui il travaille en confiance. Dans cette perspective, le Groupe intègre les préoccupations des parties prenantes en développant des relations durables et régulières.

Nos parties prenantes et les dispositifs favorisant le dialogue

Les principaux dispositifs et canaux permettant de favoriser ce dialogue avec les différentes parties prenantes sont les suivants :



Un questionnaire pour entretenir ce plan de dialogue avec les parties prenantes a été mis en œuvre en décembre 2022 et exploité une première fois auprès des 10 membres du CSE de l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe) et auprès du Comité RSE du conseil d'administration. Ce questionnaire devrait être déployé à l'ensemble des parties prenantes internes et externes à fin mai 2023. Ce dialogue plus large devrait permettre de confirmer la priorisation des dispositifs mis en œuvre.

⁴ Il est précisé que l'acquisition de Smart Traffik a été annoncée le 5 janvier 2023 et que la société sera consolidée dans les comptes de DÉKUPLE à compter du 1^{er} janvier 2023

2.1.4. Une gouvernance stable intégrant les enjeux RSE

Pour soutenir son développement, le Groupe s'appuie sur une gouvernance stable. Le conseil d'administration de DÉKUPLE est composé de onze administrateurs, dont sept indépendants, d'expérience large et diversifiée en matière de stratégie d'entreprise, finances, marketing, e-commerce, entrepreneuriat, responsabilité sociale, environnementale et sociétale, mais également de gestion et contrôle de sociétés commerciales et financières.

Le conseil d'administration comprend plusieurs comités :

- un comité des nominations et rémunérations présidé par Madame Robin Smith, administratrice indépendante ;
- un comité du développement présidé par Monsieur Bertrand Laurioz, Président-Directeur Général ;
- un comité d'audit présidé par Monsieur Roland Massenet, administrateur indépendant ;
- un comité RSE, créé en décembre 2022 et composé de Claire Vigneron-Brunel, Isabelle Vigneron Laurioz et Caroline Desaegher.

Les objectifs des membres du comité Groupe, qui réunit les principaux responsables opérationnels et fonctionnels du Groupe, intègrent un objectif RSE, en lien avec les responsabilités respectives des dirigeants.

La Direction de la RSE est intégrée à la Direction des Ressources Humaines du Groupe et s'appuie sur des relais dans les filiales pour renforcer l'intégration des enjeux RSE dans la stratégie et les métiers du Groupe. Un comité RSE Groupe est composé du Président Directeur Général, du Directeur Général Adjoint en Charge de la Finance, de la DSI et du M&A, du Directeur de la Communication, du Marketing et de la Stratégie Groupe, de la Directrice des Ressources Humaines et du RSE, et du Responsable Environnement. Afin de renforcer la gouvernance des enjeux RSE, il a été décidé fin 2022 de créer un comité RSE spécifique à l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe), tandis que le comité Groupe RSE s'étendra avec la participation des dirigeants de chaque pôle d'activité.

2.2. ENJEUX RSE POUR DÉKUPLE

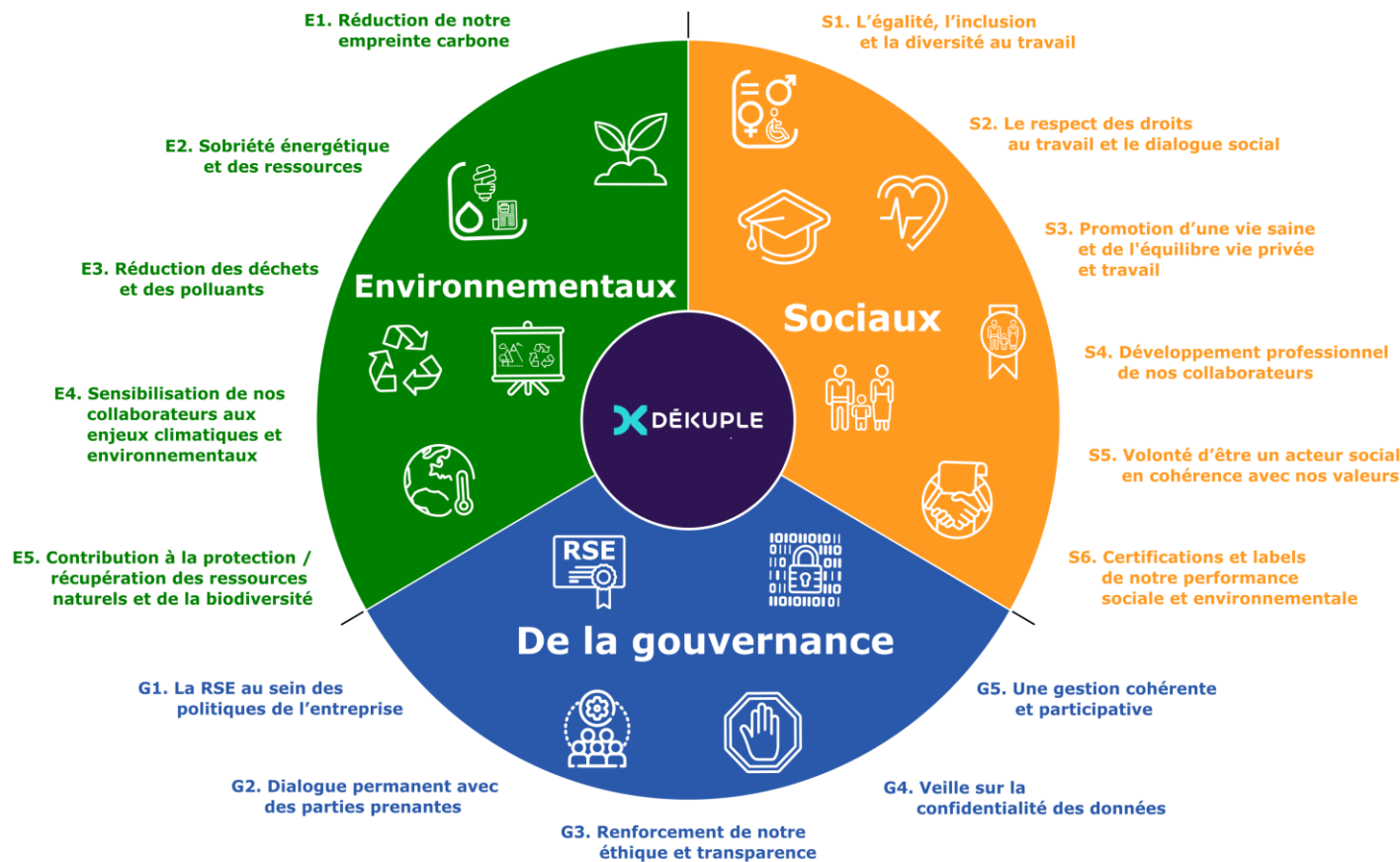
2.2.1. Enjeux principaux

Dans le cadre de son reporting extra-financier, DÉKUPLE a conduit en 2022 une revue de ses enjeux RSE prioritaires. La structuration de la stratégie RSE, basée sur l'historique de la démarche du Groupe, mais également influencée par l'élargissement du périmètre des sociétés intégrées, a permis de définir des sujets majeurs en adéquation avec l'adhésion du Groupe au Global Compact et pour lesquels des indicateurs clés de performance sont suivis.

La définition de ces enjeux RSE, ainsi que des risques et opportunités associés⁵, ont fait l'objet d'une analyse approfondie via un dialogue nourri avec les parties prenantes internes, entretenu en 2022 à travers l'exploitation d'un questionnaire auprès des 10 membres du CSE de l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe) et auprès du Comité RSE du conseil d'administration. Les parties prenantes externes (partenaires, clients, fournisseurs) n'ont pu être consultées sur cet exercice et devraient être interrogées dans le courant de l'exercice 2023.

Les enjeux RSE du Groupe se structurent autour de trois axes principaux – Environnement, Social et Gouvernance – et font apparaître les enjeux prioritaires suivants :

⁵ Les risques et opportunités RSE ont ensuite été recoupés afin de garantir la cohérence avec les risques majeurs du Groupe figurant dans le rapport de gestion.



Les indicateurs clés de performances figurent dans le tableau ci-dessous en italique et sont annotés d'un *.

1. Enjeux Sociaux

ODD :

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

4 ÉDUCATION DE QUALITÉ

5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

Cible ODD : [3.4](#) / [4.3](#), [4.4](#), [4.7](#) / [5.1](#), [5.5](#), [5.b](#) / [8.2](#), [8.3](#), [8.5](#), [8.7](#) / [10.2](#)

Global Compact: Principes [1](#), [2](#), [3](#), [4](#), [5](#) et [6](#)

Enjeu x	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs suivis
S1. L'égalité, l'inclusion et la diversité au travail	Attirer et retenir des talents dans un environnement de travail juste, inclusif, égalitaire et diverse	Risques : du fait de la concurrence sur le marché en matière de recherche de talents, de l'évolution des attentes des nouvelles générations, des nouvelles perspectives d'emploi liées à la pandémie et de l'avenir du travail qui peut nécessiter un nouvel ensemble de compétences ou contribuer à raréfier les compétences	a. Mettre en place une politique de recrutement inclusive, égalitaire et diverse. b. Promouvoir la mobilité professionnelle des collaborateurs à l'intérieur du Groupe	<i>Nouveaux recrutements totaux en CDI*</i> % de femmes recrutées en CDI Nombre de alternants et stagiaires recrutés Nombre de CDD (hors alternants) recrutés

		<p>dans des domaines spécifiques, DÉKUPLE pourrait rencontrer des difficultés à attirer et conserver les compétences dont il a besoin. Ces risques pourraient porter atteinte à sa réputation, entraîner des difficultés opérationnelles et impacter sa performance financière.</p> <p>Opportunités : la diversité et l'inclusion sont une priorité stratégique pour DÉKUPLE, dont l'objectif est de disposer d'équipes dirigeantes et d'équipes qui reflètent la diversité de la société en prônant un environnement d'équité, d'engagement et de responsabilisation qui facilite l'implication de chacun dans sa stratégie du Groupe.</p>		<p>Égalité femme/homme*</p> <p>Ratio femmes/hommes en CDI</p> <p>Emploi des < 30, des > 45 et des > 55</p> <p>Ancienneté moyenne des collaborateurs</p> <p>Nombre de nationalités des collaborateurs</p> <p>Emploi de personnes en situation de handicap</p> <p>Mobilité interne</p>
<p>S2. Le respect des droits au travail et la participation des collaborateurs</p>	<p>Promouvoir le respect des droits du travail et la participation des collaborateurs</p>	<p>Risque : le non-respect du droit du travail au sein des organisations du Groupe pourrait porter atteinte à sa réputation, entraîner des conflits et des difficultés. La non-concertation des collaborateurs et des instances représentatives pourrait dégrader le dialogue social et affecter sa marque employeur.</p>	<p>Encourager la création d'instances de concertation et dialogue avec nos collaborateurs.</p>	<p>Nombre de réunions de CSE*</p> <p>Thématiques concernées par les accords</p> <p>Réunions de négociations avec les délégués syndicaux</p> <p>Taux mini et maxi de participation des collaborateurs aux enquêtes d'épanouissement</p> <p>Évaluation d'épanouissement des collaborateurs</p> <p>Évaluation qualité de vie au travail</p>
<p>S3. Promotion d'une vie saine et de l'équilibre vie privée et travail</p>	<p>Contribuer à la bonne santé et au bien-être au travail.</p>	<p>Risques : les collaborateurs peuvent être exposés aux épidémies, comme le Covid-19. Le télétravail a pu perturber le lien social et l'équilibre vie privée / vie professionnelle des collaborateurs. Les autres impacts sur le Groupe pourraient inclure une atteinte à la réputation, une diminution de l'attractivité du Groupe, une moindre</p>	<p>a. Organiser des activités sportives /de loisir pour promouvoir l'activité physique.</p> <p>b. Implémenter une politique de télétravail.</p>	<p>Nombre moyen de jours d'absence maladie par collaborateur</p> <p>Fréquence d'accidents au travail</p> <p>Taux de collaborateurs ayant accès au télétravail*</p> <p>Temps en télétravail</p>

		<p>motivation générant l'insatisfaction clients et partenaires et, par voie de conséquence des difficultés opérationnelles.</p> <p>Opportunités : La mise en œuvre d'une politique de télétravail et la promotion d'activités sportives contribuent au bien-être des collaborateurs, à l'équilibre vie privée-vie professionnelle et ainsi à l'attractivité du Groupe et à la rétention de ses talents</p>		
S4. Développement professionnel de nos collaborateurs	Renforcer l'employabilité et l'adaptation de nos collaborateurs aux nouveaux métiers.	<p>Risques : L'inadaptation aux changements et l'inadéquation des profils et talents aux besoins des nouveaux métiers et organisations du Groupe pourraient porter atteinte à sa réputation, affecter ses offres, entraîner des difficultés opérationnelles et impacter sa performance financière.</p> <p>Opportunités : le renforcement des talents et de leur capacité permet de soutenir les avantages compétitifs des offres du Groupe et leur caractère innovant. Le développement du dialogue social et de la formation professionnelle renforce également l'implication de chacun dans la stratégie du Groupe.</p>	<p>a. Implémenter un programme de formation et d'amélioration des compétences des collaborateurs.</p> <p>b. Réalisation d'entretiens professionnels et d'évaluations annuelles des collaborateurs.</p>	<p>Niveau d'investissement du Groupe en la formation des collaborateurs</p> <p>Nombre de collaborateurs formés</p> <p><i>Temps dédié à la formation des collaborateurs*</i></p> <p>Taux de collaborateurs formés</p> <p>Nombre de collaborateurs ayant complété un entretien d'évaluation annuel.</p>
S5. Volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs	Participer au développement d'initiatives sociales.	<p>Opportunités : Le développement d'actions citoyennes doit permettre de renforcer les impacts positifs du Groupe sur l'économie et la société, tout en renforçant la fierté d'appartenance des collaborateurs au Groupe.</p>	Appuyer des initiatives ou organisations travaillant pour des causes sociales : éducation, santé, égalité entre les sexes, égalité des opportunités d'accès au travail.	<p><i>Montant versé aux initiatives / associations*</i></p> <p>Nombre d'associations/initiatives soutenues</p> <p>Montant versé au titre de la taxe d'apprentissage</p>
S6. Certifications et labels de notre performance sociale	Évaluer et améliorer notre performance sociale à travers certifications et labels.	<p>Opportunités : Le développement des certifications de performances sociales doit permettre de valider les engagements du Groupe et leur communication auprès des clients et partenaires,</p>	<p>a. Benchmarker en continu les certifications/labels sociaux pertinents.</p> <p>b. Assurer la continuation des standards sociaux acquis.</p>	<p><i>Nombre de certifications/labels RSE*</i></p>

tout en renforçant la fierté
d'appartenance des
collaborateurs.

2. Enjeux environnementaux



Cible ODD : [12.2](#), [12.4](#), [12.6](#), [12.8](#), [12.b](#) / [13.3](#) / [15.1](#), [15.2](#), [15.a](#), [15.b](#)

Global Compact: Principes [7](#), [8](#) et [9](#)

Enjeu x	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs suivis
E1. Réduction de notre empreinte carbone	Réduire les impacts de nos activités sur le climat.	Opportunités : mesurer les émissions de Gaz à effet de Serre, GES de l'ensemble des activités permet de mettre en place un plan d'action ciblé et plus efficace. Risques : en raison de l'évolution rapide de la réglementation environnementale, Dékuple pourrait ne pas être totalement en conformité et ne pas répondre aux attentes des parties prenantes en termes de mesure de la pertinence et de l'efficacité de sa politique. Cela pourrait porter atteinte à sa réputation.	a. Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre. b. Implémenter des politiques pour rationaliser nos activités afin de réduire nos émissions en fonction des résultats.	Mise en œuvre d'un bilan carbone.
	Implémenter une politique d'encouragement de la mobilité durable.	Opportunités : la mobilité durable contribue à un meilleur bilan carbone et répond à une demande croissante des collaborateurs.	a. Prise en charge de 50 % du titre de transport. b. Prise en charge de forfait Mobilité Durable	<i>Application du Forfait Mobilités Durables (FMD)*</i>
E2. Sobriété énergétique et des ressources	Encourager et systématiser l'utilisation responsable de l'énergie.	Opportunités : l'utilisation responsable de l'énergie contribue à un meilleur bilan carbone et répond à une demande croissante des collaborateurs.	a. Mesurer et suivre notre consommation d'énergie. b. Rationaliser leur utilisation en établissant des objectifs en fonction des résultats. c. Mettre en œuvre des plans de sobriété énergétique	Quantité totale d'électricité utilisée Quantité totale de gaz chauffage utilisé Températures maximales/minimales de la climatisation / chauffage

	Encourager l'utilisation responsable du papier	Risque : Ne pas prendre en compte les enjeux environnementaux dans les activités du Groupe opérées en partenariat pourrait entraîner des conséquences négatives sur la réputation, les opérations et la performance financière du Groupe	<p>a. Favoriser l'utilisation de papier recyclé pour les activités internes de l'entreprise.</p> <p>b. Favoriser la dématérialisation et minimiser l'impression de documents internes.</p> <p>c. Favoriser l'impression de mailings en papier certifiés FSC ou PEFC.</p>	<p>Taux de papier recyclé utilisé à l'interne</p> <p>Quantité totale de papier consommé dans le cadre des campagnes marketing</p> <p><i>Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issus de forêts gérées durablement et fibres recyclées*</i></p>
E3. Réduction des déchets et des polluants	Réduire la production totale de déchets.	Risque : Ne pas prendre en compte les enjeux environnementaux dans les activités du Groupe pourrait porter atteinte à la réputation du Groupe et à une diminution de son attractivité	<p>a. Encourager le recyclage des déchets (papier, carton, canettes).</p> <p>b. Favoriser les emballages fabriqués avec des matières recyclables (livraisons).</p>	<p>Quantité de déchets recyclés</p> <p>Quantité totale de papier sur site</p>
	Réduire l'utilisation et les impacts des matières polluantes.	Risque : Ne pas prendre en compte les enjeux environnementaux dans les activités du Groupe opérées en partenariat pourrait entraîner des conséquences négatives sur la réputation, les opérations et la performance financière du Groupe	<p>a. Favoriser l'utilisation de matériaux d'impression non toxiques/polluants.</p> <p>b. Recycler les déchets D3E.</p>	<p><i>Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par alternatives éco*</i></p> <p>Quantité de déchets D3E traités en externe</p>
E4. Sensibilisation de nos collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux actuels	Créer et implémenter un programme de sensibilisation des collaborateurs aux sujets de changement climatique / empreinte carbone et de la consommation/production responsable (écodesign, sobriété de ressources).	Opportunités : Le développement de programmes de sensibilisation permet de répondre à une demande croissante des collaborateurs, tout en renforçant leur fierté d'appartenance au Groupe.	Encourager l'utilisation de calculatrices personnelles de l'empreinte carbone/écologique des collaborateurs	<i>Nombre d'ateliers et activités proposés*</i>
E5. Contribution à la protection / récupération des ressources naturels et de la biodiversité	Soutenir des initiatives/organisations travaillant pour la protection de la nature.	Opportunités : Les actions en faveur de la protection des ressources naturelles permettent d'affirmer les engagements du Groupe auprès de ses parties prenantes et de fédérer ses	Soutenir des initiatives de récupération des ressources de la biodiversité (reforestation), ainsi que pour la protection des espaces naturels.	<p><i>Liste d'initiatives/organisations soutenues*</i></p> <p>Surface protégée</p>

équipes autour de projets
responsables en cohérence
avec les valeurs du Groupe.

3. Enjeux de la Gouvernance

ODD :



Cible ODD : [16.5](#), [16.6](#), [16.7](#)

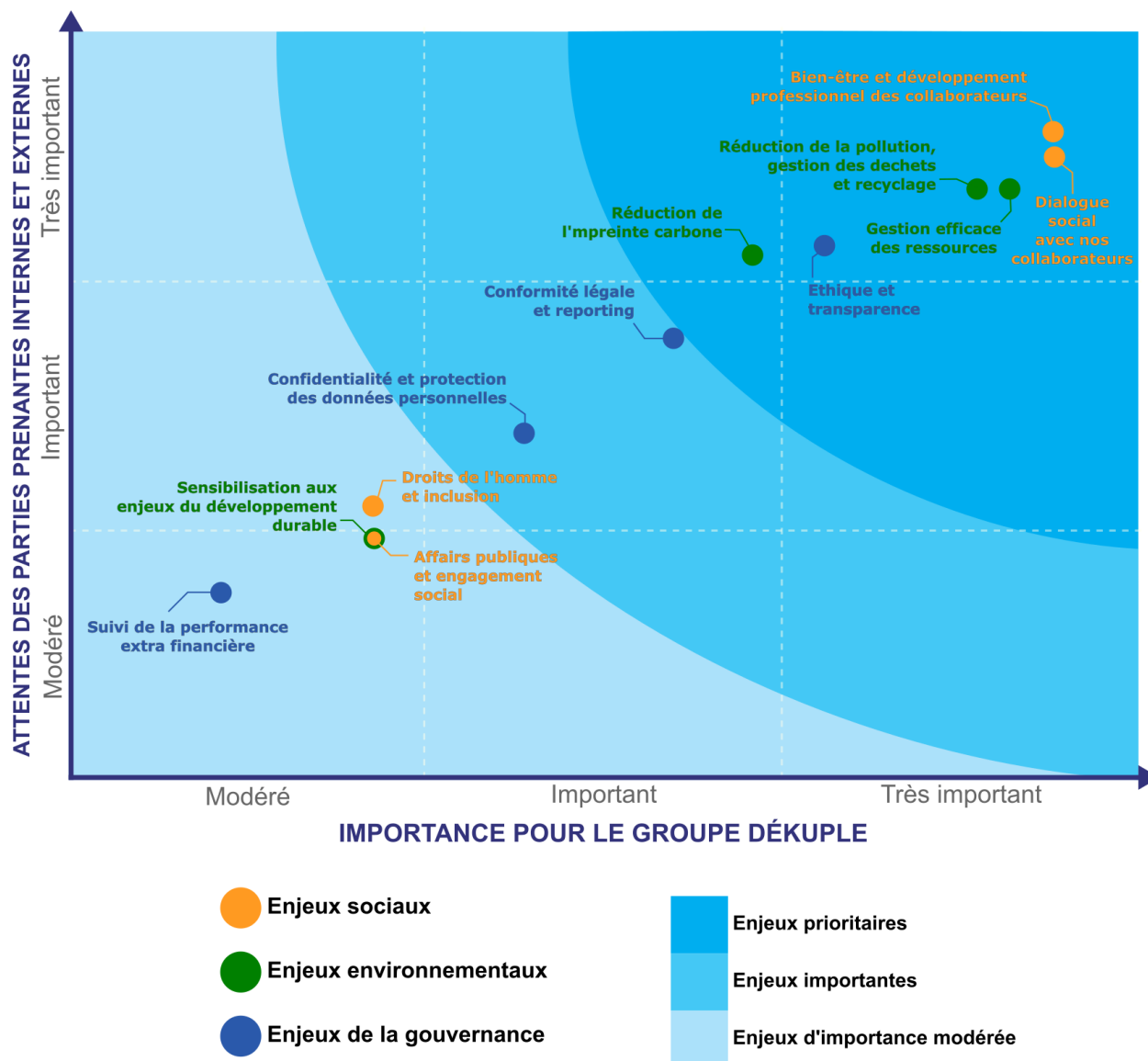
Global Compact: Principe [10](#)

Enjeu x	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs suivis
G1. La RSE au sein des politiques de l'entreprise	Engager les collaborateurs dans la démarche RSE	Opportunité : l'objectif de Dékuple est de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux RSE du Groupe et de développer leur fierté d'appartenance.	Communication à l'ensemble des collaborateurs sur les actions RSE du Groupe	Réunions du Comité RSE <i>Nombre de communications (newsletters) traitant le sujet RSE*</i>
G2. Dialogue permanent avec des parties prenantes	Identifier les priorités des parties prenantes en ce qui concerne notre démarche RSE	Risque : La mise en œuvre d'une stratégie qui ne correspond pas aux enjeux et priorités des parties prenantes pourrait porter atteinte à la réputation du Groupe et nuire à son attractivité.	a. Implémentation d'un plan annuel de consultation des parties prenantes et cartographie de risques. b. Intégrer les résultats des consultations dans les politiques de l'entreprise	Nombre de consultations réalisées <i>Nombre de parties prenantes consultées*</i>
G3. Renforcement de notre éthique et transparence	Lutter contre la corruption et les pratiques anticoncurrentielles.	Risque : DÉKUPLE pourrait enfreindre les lois anticorruption et d'autres réglementations similaires dans le cadre de ses activités. Ces problèmes de conformité pourraient porter atteinte à sa réputation et entraîner des sanctions financières.	a. Mettre en place d'un code de conduite et d'une procédure d'alerte. b. Implémenter un programme de sensibilisation des collaborateurs en ce qui concerne l'éthique et les procédures d'alerte.	<i>Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite*</i> Nombre de collaborateurs ayant été formés au code de conduite
G4. Veille sur la confidentialité des données	Protéger les données à caractère personnel.	Risque : Au vu de la transformation digitale de ses activités et du nombre croissant de réglementations, DÉKUPLE peut être confronté à des problèmes de conformité liés à la réglementation sur la	a. Prendre des actions qui conduisent au renforcement de la sécurité des données personnelles.	<i>Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité*</i>

			protection des données (Règlement général sur la protection des données notamment) et ne pas réussir à protéger des données à caractère personnel. Cela pourrait porter atteinte à sa réputation, engager sa responsabilité et entraîner des pertes financières	
G5. Une gestion cohérente et participative	Élargir la gouvernance au sein du Groupe	Opportunité : s'appuyer sur une gouvernance plus large et diverse et au plus haut niveau	<p>a. Promouvoir la diversification de la participation au Conseil d'administration.</p> <p>b. Élargir la participation des sociétés du Groupe dans le Comité RSE</p>	<p>Nombre total de membres du Conseil d'administration Femme (%), Homme (%).</p> <p><i>Nombre d'administrateurs faisant partie de la Commission RSE*</i></p>

2.2.2. Matérialité des enjeux RSE

Sur la base de son premier questionnaire RSE exploité en 2022 auprès de certaines parties prenantes internes, Le Groupe a évalué le niveau de priorisation des parties prenantes et leurs attentes face aux enjeux RSE du Groupe, synthétisée dans la matrice de matérialité suivante :



L'exploitation élargie du questionnaire RSE, notamment auprès des parties prenantes externes, permettra d'affiner en 2023 cette analyse de matérialité.

2.3. DESCRIPTION DES PRINCIPALES POLITIQUES

2.3.1. Politiques sociales

1. Recrutement des talents

1.1. Situation des effectifs au 31 décembre 2022

Au 31 décembre 2022, le nombre total de salariés inscrits à l'effectif du Groupe était de 982 collaborateurs, CDI, CDD, alternants et stagiaires. Cet effectif inclut les équipes des dernières sociétés qui ont rejoint le Groupe au cours du dernier trimestre 2022 :

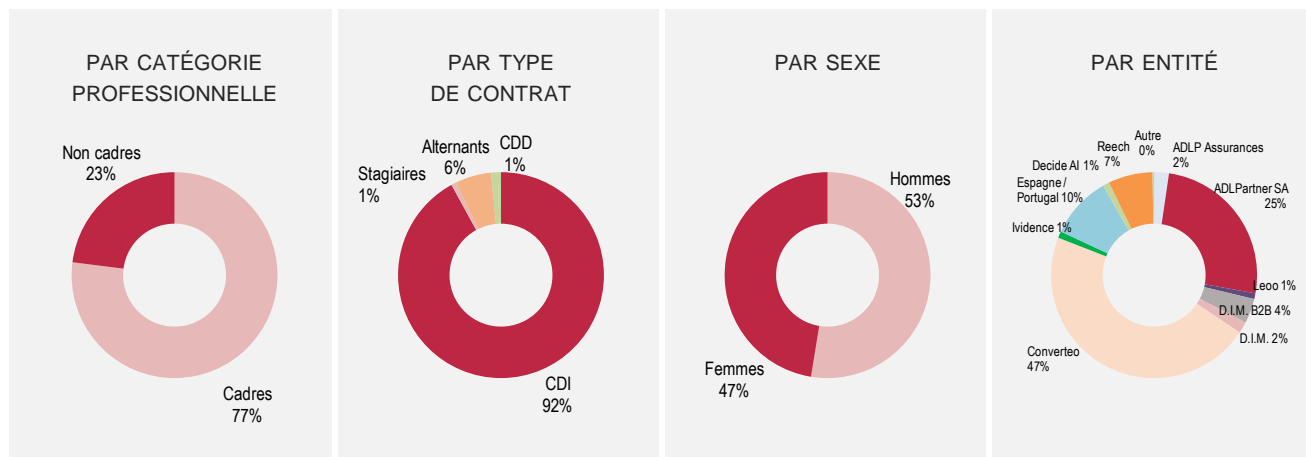
- Brainsonic : 126
- Duhno : 8
- Smart Traffik : 36

Ainsi que celles de :

- Groupe Grand Mercredi (participation < 50%) : 28
- Dékuple Marketing Engineering China : 8

Ces cinq sociétés n'ont pas été intégrées au périmètre d'analyse, ainsi l'effectif du périmètre est de 776 collaborateurs inscrits à fin décembre 2022.

Les contrats à durée indéterminée (CDI) représentaient 92 % des effectifs, stable par rapport à l'année précédente. Le Groupe privilégie les CDI, témoignant ainsi sa volonté de garantir à ses collaborateurs une situation stable. A noter que sur 52 contrats à durée déterminée (CDD), 44 sont des jeunes recrutés dans le cadre de la politique de soutien à l'alternance.



Répartition des effectifs par âge et ancienneté

Hors 6 stagiaires, 321 collaborateurs ont moins de 30 ans à fin décembre 2022, soit 42 % de l'effectif, alors que 147 ont plus de 45 ans (19 %) dont 47 plus de 55 ans.

L'âge moyen des effectifs CDI au 31 décembre 2022 est de 35,8 ans pour l'ensemble des CDI du Groupe, en légère baisse par rapport à 2020 (36,9 ans), en cohérence avec l'évolution des effectifs et la croissance des profils digitaux généralement plus jeunes. Dans le prolongement, l'ancienneté moyenne est en diminution passant de 6,1 à 5,7 ans.

Évolution des effectifs CDI

DÉKUPLE connaît depuis plusieurs années une évolution très forte de ses recrutements. En 2022, en dépit du contexte de tension forte sur les ressources dans le secteur du digital et de la data, le Groupe a enregistré 258 arrivées CDI et 153 départs CDI (84 démissions, 17 ruptures conventionnelles, 37 ruptures de période d'essai, 15 licenciements).

Les recrutements de CDI ont permis de remplacer certains départs et d'accompagner le développement du Pôle Conseil & Technologie, avec le cabinet de conseil en stratégie digitale & data Converteo, et du Pôle Ingénierie Marketing France, notamment avec Reech.

1.2. Rémunération et motivation

DÉKUPLE connaît une croissance soutenue, ce qui l'amène à conduire une politique de recrutement dynamique. Dans un secteur qui connaît quelques tensions en termes de recrutement, le Groupe offre de nombreux atouts pour attirer de nouveaux talents, notamment l'opportunité d'intégrer un groupe familial en forte croissance dont la stratégie est de devenir d'ici 2025 un leader du data-marketing européen, en s'appuyant sur des expertises pointues et sur des valeurs très fortes : l'esprit de conquête pour explorer de nouveaux horizons et aider les marques à croître ; le respect des clients, partenaires et collaborateurs ; et enfin l'entraide entre les collaborateurs et les nouveaux arrivants.

Pour attirer les talents, le Groupe cultive le partage des richesses en menant une politique de rémunération attractive. Chaque filiale gère localement sa politique tout en respectant un socle de règles commun. Il s'agit notamment de développer une culture de la performance et de proposer une rémunération compétitive, en s'appuyant sur des données de référence et impliquant des structures de rémunération simples, compréhensibles et motivantes.

Intéressement et participation

Cette culture de la performance est encouragée grâce à des politiques favorables d'intéressement et de participation au sein des sociétés ADLPartner SA et Converteo, mais également depuis 2021 au sein des sociétés ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing, et depuis 2022 au sein de Leoo et ADLP Télésurveillance.

La création d'une UES Dékuple regroupant 6 sociétés du Groupe : ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Leoo, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing a permis que toutes ces sociétés soient également couvertes par des accords de participation.

En 2022, au titre de l'exercice 2021, le Groupe a versé un montant de réserve spéciale de participation de 1.163 K€ concernant 220 salariés de la société ADLPartner SA, mais également 1.650 K€ d'intéressement concernant 263 salariés d'ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing et 610 K€ concernant 216 salariés de Converteo.

Enfin, le total des charges de personnel s'est élevé en 2022 à 61.408 K€.

Plan d'épargne entreprise

Les salariés des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence, Dékuple Ingénierie Marketing et Converteo peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise. Ces plans qui associent les salariés à la constitution d'un portefeuille de valeurs mobilières, bénéficiant d'avantages sociaux et fiscaux dans la limite fixée par les articles L. 3315-2 et L. 3315-3 du Code du Travail.

Le PEE des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing peut être alimenté par chaque salarié par des versements, à la demande du bénéficiaire, de tout ou partie de sa prime d'intéressement, ou des sommes qui lui sont attribuées au titre de la participation aux résultats de l'entreprise. Ces sommes ne peuvent excéder le quart de la rémunération annuelle brute et ne sont pas abondées par les sociétés.

Chez ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing, le PEE intègre des fonds solidaires depuis 2009. Les fonds dits « solidaires » sont investis dans des associations ou entreprises ayant pour objectif d'augmenter le bien-être social. Il a été étendu en 2022 aux salariés d'ADLP Télésurveillance et de Leoo.

Chez Converteo, un Plan d'Épargne Entreprise (PEE) et un Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCOL) sont mis à la disposition des collaborateurs. Ces dispositifs d'épargne permettent aux salariés de placer leur prime de participation, de faire des versements volontaires ou encore de transformer des jours de congés non utilisés en épargne retraite grâce au PERCOL. Les versements ne sont pas abondés par Converteo, sauf pour les jours de congés placés sur le PERCOL.

1.3. Cooptation

Une politique de cooptation a été mise œuvre dans un premier temps chez Converteo, puis en 2021 à l'échelle du Groupe.

Les postes ouverts dans le Groupe sont affichés sur la plateforme WelcomeToTheJungle. Les collaborateurs du Groupe sont encouragés à recommander des candidats de leur réseau pour des postes ouverts en interne, un barème de primes est communiqué à l'ensemble des collaborateurs du Groupe en fonction des postes concernés. Une communication régulière via les newsletters le rappelle à l'ensemble des collaborateurs.

1.4. Marque employeur

Le recrutement est un enjeu majeur du Groupe, ainsi il est prévu de recruter en 2023, près de 200 nouveaux collaborateurs en CDI et en alternance, ainsi qu'une dizaine de stagiaires. Ces recrutements concernent l'ensemble du Groupe et plus particulièrement son Pôle Conseil & Technologie, avec le cabinet de conseil en stratégie digitale & data, Converteo, et son Pôle Ingénierie Marketing France, dont Reech, société acquise au second semestre 2021. Ces recrutements se placent dans un contexte de pénurie des candidats ; aussi, il est crucial de faire connaître DÉKUPLE, ses ambitions de croissance et de recrutements auprès des jeunes diplômés d'écoles correspondant aux métiers du Groupe et des salariés disposant de 3 à 10 ans d'expérience susceptibles d'être intéressés à le rejoindre. Le Groupe doit développer, grâce à ses spécificités, son attractivité pour inciter ces cibles à postuler et à préférer DÉKUPLE face à ses concurrents sectoriels.

Le Groupe a donc accentué sa communication dans ses Relations Ecoles, ses participations aux Salons, son partenariat avec My Job Glasses (cf. infra), ses communiqués de presse, sa présence sur les réseaux sociaux (notamment LinkedIn), la cooptation au sein du Groupe, l'expérience collaborateur – « films une minute avec... » –, son site Internet, sa plateforme WelcomeToTheJungle...

2. L'employabilité et l'adaptation aux nouveaux métiers

2.1. Objectif : former 3/4 des salariés chaque année

Le Groupe DÉKUPLE se fixe un objectif de former 3/4 de ses salariés chaque année afin de renforcer leur employabilité et leurs champs d'expertises dans le cadre de leur métier. Les plans de formation sont articulés autour de deux axes :

- Les orientations stratégiques de formation dont découlent des projets de formation globaux (nouveaux outils, management, nouvelles méthodes de travail, accompagnement à une évolution des métiers vers plus de digital...) ;
- Les demandes individuelles de formation en lien direct avec le métier ou le projet d'évolution professionnelle du salarié.

De plus, les prises de poste dans le cadre des évolutions internes s'accompagnent de formation interne et/ou externe.

Après la pandémie, le déploiement des formations a repris, la crise sanitaire ayant accéléré la digitalisation des processus de formation du Groupe avec depuis un volume de formation en distanciel plus important que par le passé.

Pour Converteo, la formation figure dans son ADN depuis son origine et est un élément fondamental de son activité. D'une part, la société a mis en place son propre institut de formation à destination de ses collaborateurs, la « Converteo School », qui diffuse des formations accessibles pour accompagner leur montée en compétences. Au global, Converteo délivre 9 jours de formation par an, en moyenne, à chacun de ses collaborateurs. D'autre part, Converteo a mis en place une plateforme d'e-learning où les modules de formation sont à disposition en libre accès pour tous les collaborateurs, en plus de proposer des formations externes sur les soft skills, en langues et sur des sujets de leadership.

2.2. Plus de 14.000 heures de formation en 2022

Au global, en 2022, les dépenses totales de formation, hors temps de travail, se sont élevées à 780.1 K€ soit 2 % de la masse salariale brute.

Pour le périmètre représentant 721 collaborateurs en moyenne sur l'année, 14.192 heures de formation ont été suivies durant l'exercice, par 563 salariés ce qui représente une moyenne de 25 heures par salarié en formation. 78 % des collaborateurs ont bénéficié d'au moins une action de formation en 2022. Ces formations ont été dispensées par des organismes externes choisis pour leur professionnalisme et leur capacité à répondre aux métiers et aux besoins des sociétés.

Ces formations visent au développement des compétences aussi bien de savoir-faire que de savoir-être. Les principaux thèmes de formation couvrent différents aspects professionnels et humains, allant de la maîtrise des outils digitaux et informatiques aux développement des techniques commerciales et marketing, en passant par les techniques de management ou de développement personnel.

Plus généralement, les sociétés du Groupe entretiennent des relations régulières avec les écoles et universités, notamment par le biais de conventions de stages ou de contrats en alternance. L'accueil de jeunes en formation professionnelle est particulièrement apprécié en permettant l'intégration et le développement de nouveaux talents. À fin décembre 2022, le Groupe comptait 50 jeunes – 44 contrats d'apprentissage ou de professionnalisation et 6 stagiaires – qui ont été intégrés notamment dans les activités digitales et à la direction des Systèmes d'Information.

2.3. Favoriser la mobilité des salariés

Le Groupe a mis en application ses préceptes de Gestion Prévisionnelle des Ressources Humaines, en identifiant une première activité soumise à une transformation métier, qui est accompagnée plus particulièrement en termes de formation.

Du fait de sa croissance externe, le Groupe a de plus en plus d'entités spécialisées dans le digital, aussi afin que chacun puisse avoir accès à l'ensemble des opportunités en interne et s'orienter vers de nouveaux métiers, le Groupe a centralisé sur sa page Welcome To The Jungle " GROUPE DÉKUPLE " ses offres d'emploi pour les postes ouverts dans le Groupe. Ces mobilités sont accompagnées d'actions de formation interne et/ou externe. Elles permettent au Groupe de préserver l'emploi, de développer l'employabilité et de renforcer l'expérience collaborateur pour nos salariés.

Le Groupe a pour ambition de multiplier ces passerelles métiers et ces mobilités à l'avenir, notamment entre ses différentes entités.

3. Le bien-être au travail

3.1. Offrir de conditions de travail optimales

Épanouissement des collaborateurs

Considérant l'épanouissement des collaborateurs comme un véritable levier de croissance et de performance, DÉKUPLE souhaite s'assurer que les aspects de la bonne santé et du bien-être de ses salariés soient pris en compte dans les engagements de l'entreprise.

Dans cette perspective, le Groupe a pour objectif prioritaire de maintenir le bien-être des équipes. Plus de 92 % des collaborateurs ont accès au télétravail partiel. De nombreuses opérations ont été mises en place pour conserver un lien social et prendre soin des salariés : la communication interne a été accentuée avec des newsletters hebdomadaires, des vidéos de webinaires, des jeux concours. Une ligne d'écoute psychologique est proposée aux collaborateurs 24h/24 7j/7. En 2022, le Groupe a célébré ses 50 ans à l'occasion d'un événement regroupant tous ses collaborateurs, ainsi qu'au travers d'ateliers de créativité autour de la marque mixant l'ensemble des équipes du Groupe.

Pratique d'activités physiques et sportives

Le Groupe encourage la promotion d'activités physiques et sportives au sein de ses entreprises. En 2022, une équipe de collaborateurs du Groupe s'est inscrite aux 20 km de Paris et rendez-vous a été pris pour le marathon de Paris 2023.

3.2. Communication et dialogue social

Communication avec le personnel

Le Groupe et ses filiales s'efforcent de créer un lien social et de développer le dialogue avec ses salariés. Il est convaincu de l'importance d'un environnement professionnel qui se caractérise par des conditions de travail optimales. Le Groupe a ainsi mis en place leurs outils de communication interne pour multiplier les échanges et favoriser l'accès à l'information : webinars, Intranet, réseaux sociaux, réunions du personnel, séminaires, newsletters...

Instances représentatives

Les sociétés ADLPartner SA, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Reech, LEOO et Converteo disposaient chacune d'un Comité Social et Economique (CSE) réélu tous les 4 ans. En 2022, la Direction du Groupe a souhaité faire reconnaître pour 6 sociétés du Groupe une UES. Ainsi, depuis juin 2022, le nouveau CSE élu représente les collaborateurs des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Dékuple Ingénierie Marketing, Leoo et Ividence.

Ces CSE se réunissent et sont consultés, lorsque nécessaire, dans le cadre légal prévu. Chaque réunion du CSE fait l'objet d'un procès-verbal diffusé auprès du personnel.

Les CSE de l'UES Dékuple et de Converteo sont également investis dans la gestion des Œuvres Sociales au sein de leur société.

En 2022, plusieurs accords ont été signés concernant notamment les rémunérations, l'intéressement, la participation et la PPV (Prime de Partage de la Valeur).

Protection sociale et couverture santé

Tous les collaborateurs bénéficient d'un plan de protection sociale couvrant les risques majeurs (décès et invalidité). Certains ont choisi de ne pas être couverts ou sont couverts par l'employeur de leur conjoint(e).

3.3. Nos chartes et accords de télétravail

Développé dans l'urgence de la crise sanitaire, le télétravail a transformé les attentes professionnelles des candidats et de nos équipes. Le Groupe l'a adopté pour 92 % de ses collaborateurs.

Sur ses sites de Montreuil, de Chantilly et de Toucy, ce sont deux jours télétravaillés par semaine, pour les collaborateurs en temps complets. Pour ses autres activités, le télétravail très flexible est adapté aux activités des équipes et peut varier d'un jour de télétravail à du 100% télétravail avec des rendez-vous en présentiel pour maintenir le lien entre l'entreprise et les salariés en valorisant l'esprit d'équipe.

3.4. Renforcer la qualité de vie au travail

DÉKUPLE inscrit la démarche de qualité de vie au travail (QVT) dans la durée, qui est une priorité d'action de sa politique sociale. Pour chacun des collaborateurs, le travail chez DÉKUPLE doit être un vecteur de développement professionnel et personnel. Depuis 2020, DÉKUPLE a mis en place pour plusieurs de ses filiales un baromètre social d'entreprise externalisé et anonyme : « Poplee » ex- "Bloom at Work".

Les enquêtes d'engagement collaborateurs agissent comme un baromètre QVT, elles aident à établir notre diagnostic QVT et à trouver rapidement des solutions faciles à mettre en œuvre pour améliorer le bien-être au travail de nos équipes.

Les bénéfices d'une enquête QVT régulière sont évidents. D'abord, les collaborateurs se sentent plus écoutés : ils donnent leur avis de manière anonyme, et cela les valorise et leur donne la reconnaissance et l'écoute dont ils ont besoin. Ensuite, c'est un moyen efficace de prendre le pouls de nos équipes pour travailler à l'amélioration de l'expérience collaborateur sur une base concrète.

L'enquête QVT mesure le bien-être des collaborateurs à travers le temps via différentes thématiques :

- les sujets aspirationnels : fierté d'appartenance, sens, alignement & créativité
- les thématiques de développement : reconnaissance et valorisation, formation et développement
- les problématiques sociales : relation avec le manager, feedback & esprit d'équipe
- les besoins primaires : l'ambiance générale, les espaces et les conditions de travail

En 2022, les taux moyens de participation à l'enquête QVT sont de 59 %, et les taux moyens d'épanouissement sont de 7,9 sur 10, pour le périmètre couvrant les sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Leoo, Dékuple Ingénierie Marketing et Ividence.

La société Converteo bénéficie, quant à elle, de son propre outil d'enquête, avec une participation moyenne de 62 %, et une note moyenne de 4.1/5. En 2022, Converteo a bénéficié d'une note de 4,68 / 5 à l'enquête HappyIndex®AtWork avec 97% de taux de participation. 62,8% des collaborateurs ont également participé au baromètre de qualité de vie au travail par Qualisocial pour une note de 64,38/100.

De son côté, Reech a intégré le classement HappyIndex®AtWork en obtenant le 1er prix pour les entreprises du secteur Tech de moins de 50 salariés et en obtenant la 42^{ème} place au classement général des entreprises de moins de 50 salariés.

3.5. Focus sur l'intégration des nouveaux collaborateurs chez Converteo

Converteo intègre plus de 100 nouveaux collaborateurs chaque année. Pour cela, un parcours d'intégration personnalisé sur une dizaine de jours est organisé pour chaque nouvel arrivant. Celui-ci se compose d'un accueil & présentation par l'équipe RH, d'un échange avec les co-fondateurs, d'un accompagnement régulier par le manager, de rencontres one-to-one avec différents interlocuteurs clés, de formations, mais aussi de partages d'expérience lors de moments baptisés "Vis ma vie". Un « Vis ma vie » est un moment prévu lors de l'intégration dans la société entre un nouvel arrivant et un salarié déjà en poste pour que ce dernier présente son métier et ses missions. Chaque nouvel arrivant réalise au moins un "Vis ma vie" au sein de chaque practice afin de faciliter son acculturation aux métiers de l'entreprise et faciliter la création de lien social entre les collaborateurs.

Les consultants de Converteo bénéficient d'un double suivi managérial : à la fois sur leur mission par un manager de projet, mais aussi via un accompagnement de carrière par un référent appelé "parrain/marraine". Ces deux approches sont complémentaires et permettent d'avoir une vision très fine des enjeux de développement de chaque membre des équipes pour les accompagner dans leur progression et leur permettre de se projeter le plus loin possible dans l'organisation.

La philosophie managériale chez Converteo se définit comme étant un rôle de guide / facilitateur / coach pour créer les conditions de réussite. Être clair et transparent sur les objectifs et les enjeux est un des piliers transmis à chaque membre des équipes managériales, en plus de l'authenticité dans la relation et les échanges avec les collaborateurs accompagnés.

Converteo s'appuie sur des outils d'aide à la compréhension des soft skills & interactions comme le MBTI.

4. Le respect des salariés et la diversité des équipes

4.1. Notre engagement pour la diversité

Signataire de la charte de la diversité depuis 2019, DÉKUPLE met tout en œuvre afin de développer un management respectueux des différences et fondé sur la confiance dans le but de renforcer la reconnaissance auprès de toutes les parties prenantes internes et externes.

Nos engagements vis-à-vis de celle-ci sont de 3 sortes :

- La promotion de l'application du principe de non-discrimination
- La favorisation de la représentation de la diversité de la société française
- La communication sur notre engagement, nous sensibilisons tous nos collaborateurs ainsi que nombreux de nos clients, partenaires et fournisseurs au respect et au déploiement de ces différents principes.

Par exemple, 13 nationalités sont représentées chez Converteo et 6 chez ADLPartner SA.

Insertion des personnes en situation de handicap

Dans le cadre de la charte de la diversité, le Groupe DÉKUPLE s'engage en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes handicapées. Un plan d'action est en cours de réflexion.

Par ailleurs le Groupe a fait appel à des prestataires externes ayant recours à des personnes en situation de handicap. Par exemple, la société ADLPartner SA fait appel à la société CEDRE, une Entreprise Adaptée qui collecte et recycle des déchets d'entreprises, et à l'ESAT Le Marsoulan pour l'entretien des espaces verts ; la société Converteo à des prestations d'entretien de locaux, d'espaces verts ou de livraison de fournitures.

4.2. Égalité Femmes / hommes

DÉKUPLE intègre la mixité professionnelle intégralement à la culture du Groupe conscient de l'importance et de la richesse que représente la mixité professionnelle, de même que de la nécessité de garantir une égalité des chances et de traitement des salariés à situation comparable.

La mixité professionnelle fait partie intégrante de la culture du Groupe. Les femmes représentent 47 % du total de l'effectif au 31 décembre 2022, comme en 2021. Elles sont fortement présentes dans toutes les catégories professionnelles du Groupe

Chez ADLPartner SA, un plan d'action relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes a été établi pour la première fois en 2012 et a été renouvelé chaque année depuis. Il fixe des objectifs de progression dans trois domaines principaux :

- La formation professionnelle : la société sensibilise ses managers pour réduire à zéro l'écart entre le pourcentage de femmes bénéficiant d'une formation et celui d'hommes bénéficiant d'une même formation. En 2022, la formation professionnelle a concerné 563 collaborateurs, dont 49 % femmes (216) et 51 % hommes, en cohérence avec leur représentation respective dans l'effectif ;
- L'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale : dans ce cadre, ADLPartner SA finance deux berceaux dans une crèche inter-entreprises proche de ses locaux de Montreuil ;
- Les rémunérations : il n'y a pas d'écart non justifié de rémunération entre des collaborateurs exerçant un même métier, et ceci, quel que soit le sexe des collaborateurs.

ADLPartner SA a obtenu une note de 98/100 à l'index 2022 publié en 2023 sur l'égalité professionnelle Femmes/Hommes. Converteo affiche un index de 76 en 2023 au titre de 2022.

Chez Converteo, un plan d'action d'égalité Femmes / Hommes est en place depuis 2019 et des actions sont menées en faveur de l'égalité des chances dans le recrutement et dans la progression de carrière.

Converteo est signataire du Parental Act, charte proposant un congé rémunéré d'un mois pour le deuxième parent à la naissance d'un enfant.

Les autres filiales du Groupe ne sont pas tenues légalement par le plan d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes compte tenu de leur taille.

5. La volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs

5.1. Parrainage, mécénat et actions citoyennes

Le Groupe développe depuis de nombreuses années des initiatives à l'endroit de nombreuses associations en distribuant une partie de ses revenus sous forme de subsides ou en menant des actions concrètes au profit d'organisations actives dans deux domaines principaux : i/ l'aides aux personnes et ii/ l'environnement. Le Groupe verse également les sommes mises en jeu dans le cadre de ses opérations promotionnelles et non réclamées par leurs bénéficiaires à des œuvres caritatives ou des ONG.

- Le Groupe soutient depuis plusieurs années la Fondation de France, organisme privé et indépendant qui aide à concrétiser des projets à caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social ou culturel, et venant en aide aux personnes ainsi qu'aux familles en difficulté. En 2022, l'activité France Abonnement a organisé une opération commerciale spécifique : pour chaque commande, 1€ a été versé à une association, au profit de l'Ukraine. Cette opération a permis le versement d'un don de 1500 €.
- Pour faire face à l'urgence des besoins humanitaires en Ukraine, après la déclaration de guerre par la Russie, le Groupe a soutenu en 2022 l'UNICEF dans ses actions sur le terrain pour venir en aide aux enfants et aux familles.
- Le Groupe a sponsorisé en mai 2022 les Foulées Montreuilloises, première course de Montreuil solidaire et ouverte à tous organisée par l'association À Petits Pas pour Lina, association de loi 1901, en collaboration avec la Mairie de Montreuil.
- À l'initiative d'un collaborateur, des cadeaux habituellement destinés à nos clients ont été donnés à « un Arc en Ciel pour Clara » (<https://unarcencielpourclara.org>), association d'entraide et de soutien pour une enfant de 7 ans souffrant de polyhandicap.
- Le Groupe est partenaire de l'ONF (Office National des Forêts) depuis plus de 10 ans. Il soutient l'action globale de l'ONF pour répondre aux enjeux de la forêt de demain par des actions définies annuellement. Ses subsides contribuent à financer des travaux de gestion de parcelles et plantations, la sensibilisation d'élèves de primaire scolarisés à Montreuil et dans l'Oise, ainsi que la création d'outils innovants pour améliorer la gestion de la forêt. 2 projets sont ainsi soutenus : le 1^{er} concerne la forêt d'Ermenonville dans le cadre du programme « Planter et régénérer pour demain » et le 2^{ème} consiste en l'organisation de sorties en forêt pour des scolaires d'Ile-de-France dans le cadre du programme « Agir pour l'accueil de tous les publics ».
- Le Groupe finance deux « berceaux », dans une crèche inter-entreprises située à proximité du site de Montreuil, offrant ainsi à un collaborateur la possibilité de faciliter la gestion des contraintes de leurs horaires de travail avec leur situation de parents de jeunes enfants. Le second berceau proposé est resté libre depuis les épisodes de confinement.
- Converteo est partenaire de Vendredi, Plateforme d'Engagement Citoyen des Entreprises dédiée aux entreprises qui souhaitent mobiliser leurs salariés sur les grands enjeux sociaux et environnementaux.
- DÉKUPLE est sponsor de La Foulée Montreuilloise, première course de Montreuil solidaire et ouverte à tous organisée par l'association « À Petits Pas pour Lina » en collaboration avec la Mairie de Montreuil.

- DÉKUPLE s'engage aux côtés du skipper William Mathelin-Moreaux. Ce partenariat sportif exprime les valeurs communes qui animent le Groupe autour de l'esprit de conquête, le respect et l'entraide. Ce partenariat prend différentes formes au-delà du nom du bateau : accompagnement du skipper dans son programme de courses (en particulier la Route du Rhum 2022 – Destination Guadeloupe), mobilisation des collaborateurs autour d'actions liées au sponsoring, actions RSE liées à la mer.

6. Promouvoir une éducation de qualité

6.1. Notre philosophie

L'éducation est naturellement inscrite dans l'ADN du Groupe. La presse magazine, son métier d'origine, est un vecteur de culture et d'épanouissement au service d'une éducation de qualité. Au travers de cette activité, DÉKUPLE propose l'accès à un pluralisme de sources d'information, avec le numérique et la presse papier.

- Permettre à chacun d'accéder à une information et à une culture qui garantissent une éducation de qualité.
- Permettre l'accès à une information et une culture qui réduisent la fracture numérique.
- Contribuer localement à une meilleure éducation de tous, quels que soient l'âge et le milieu social

6.2. Notre partenariat avec My Job Glasses

Le partenariat avec My Job Glasses permet de valoriser les métiers de l'entreprise, offrir du mentoring de professionnels du Groupe DÉKUPLE auprès de jeunes pour les accompagner dans leur orientation professionnelle. DÉKUPLE et ses filiales sont présents grâce à 25 mentors volontaires qui font connaître la diversité des métiers du Groupe.

En l'espace d'un an, avec 596 rendez-vous, le Groupe a accompagné bénévolement des jeunes dans leur choix d'orientations en leur permettant de mieux comprendre nos métiers et leur réalité terrain; leur présenter nos activités ou en leur prodiguant des conseils sur leur CV, la méthodologie d'entretien et les méthodes de recherches de stages et d'alternance. La note moyenne donnée par les jeunes pour les rendez-vous avec les ambassadeurs du Groupe a été de 4.7/5 en 2022.

2.3.2. Politiques environnementales

DÉKUPLE est engagé depuis toujours dans une démarche environnementale, agissant directement sur la consommation et la production en responsabilité. L'utilisation des ressources est évidente du fait de son métier. C'est pourquoi DÉKUPLE a toujours mesuré, réduit, amélioré, innové pour trouver l'équilibre entre performance économique et performance environnementale.

1. Au niveau du Groupe

1.1. Réalisation d'un bilan carbone

Le Groupe DÉKUPLE a lancé en 2022, avec l'aide de la société EKODEV, un premier bilan carbone pour l'ensemble de ses activités, avec une mesure de ses émissions jusqu'au « scope 3 », c'est-à-dire une mesure de l'empreinte carbone la plus exhaustive possible, incluant toutes les émissions directes et indirectes de l'entreprise.

Les enjeux de cette mesure sont de :

- Identifier et hiérarchiser les sources d'émissions majeures du Groupe ;
- Définir un plan d'action de réduction de ses émissions ;
- Disposer d'une année de référence afin de suivre l'évolution des émissions.

Le bilan carbone, opéré en 2022 sur les données de l'année 2021, permet au Groupe d'orienter ses actions avec pour objectif de réduire son empreinte carbone par K€ de chiffre d'affaires ou de marge brute, par nouvel abonné ou par collaborateur en Équivalent Temps Plein.

Le Groupe entend ainsi prendre en compte la diversité et l'évolution de ses activités. Dans cette perspective, pour plus d'efficacité, d'implication des équipes, les activités ont été en 4 sous-groupes qui correspondent à des équipes opérationnelles, sur des sujets ciblés. 4 ateliers ont été tenus au cours de l'exercice afin de valider 4 plans d'action, chacun avec des objectifs chiffrés à 3 ans.

De nombreuses actions sont en cours, à l'exemple des plans de sobriété énergétique, mesurables régulièrement. Un prochain bilan carbone est prévu début 2025 sur l'année 2024.

1.2. Mise en œuvre de plans de sobriété énergétique

L'envolée des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique ont conduit l'UES Dékuple, mais également les sociétés Reech, Converteo et Dékuple Ingénierie Marketing B2B, à mettre en œuvre un plan de sobriété énergétique à compter d'octobre 2022.

L'UES Dékuple vise notamment une diminution de ses consommations d'au moins 10% dès 2023. Des actions ont été identifiées pour les 3 sites de Montreuil, Chantilly et Toucy, certaines immédiatement applicables, d'autres à l'étude. Ce plan d'actions évolutif, concerté en interne et avec les élus locaux, entérine par exemple une limitation des températures à 19° dans les locaux et implique l'ensemble des collaborateurs dans le respect de quelques « bonnes pratiques au quotidien ».

1.3. Sensibilisation des collaborateurs

Le Groupe communique régulièrement à l'ensemble de ses collaborateurs, via sa newsletter interne, le lien vers le calculateur de l'ADEME, l'agence de la transition économique, mis à votre disposition du public pour déterminer la quantité de Co2 émise par chacun à l'année à partir des grandes catégories de la vie quotidienne (alimentation, transport, logement, services publics, numérique...).

1.4. Forfait mobilité durable

Le forfait mobilité durable est une prise en charge forfaitaire, totale ou partielle, par l'employeur des frais de trajet des salariés qui se rendent au travail par des moyens de transport considérés comme écologiques : le vélo, le covoiturage, etc. Ce forfait vise à dédommager les salariés concernés pour les frais générés par les trajets domicile-travail et peut être cumulé avec le remboursement de l'abonnement de transport par l'employeur.

Le forfait mobilité durable est appliqué chez Converteo. Il est également opérationnel chez Reech depuis janvier 2023 et sera proposé aux collaborateurs de l'UES Dékuple à compter de mars 2023 à la suite d'un accord signé en novembre 2022.

1.5. Actions de lutte contre le gaspillage alimentaire

Le Groupe s'efforce de limiter le gaspillage alimentaire dans la mesure de ses moyens. Pour ADLPartner SA, le restaurant inter-entreprises du site de Montreuil est géré par le Groupe API Restauration (www.api-restauration.com). Multiple lauréat, cette société de restauration collective est engagée dans une cuisine responsable en circuit-court au service de la réduction du gaspillage alimentaire et de la transition écologique.

Le site de Chantilly a opté pour une solution de « frigo connecté » via la société Foodles, engagée dans une démarche anti-gaspillage et dans la réduction de l'impact carbone.

Pour les autres filiales du Groupe, l'enjeu de lutte contre le gaspillage alimentaire n'est pas identifié comme étant matériel du fait de l'absence de restaurant d'entreprise proposant des repas.

1.6. Obtention de 3 labels en 2022

Le Groupe et ses filiales ont obtenu au cours de l'année les certifications ou labels suivants (y compris le renouvellement et les nouvelles certifications) :

- **Converteo** : évaluation EcoVadis avec un score global de 51/100 (Bronze). Depuis sa création en 2007, EcoVadis est devenu le plus grand fournisseur reconnu d'évaluations RSE du monde en constituant un réseau international de plus de 100 000 entreprises évaluées.
- **Agence Dékuple Ingénierie Martekring** : pour les années 2023 à 2025, label « RSE agences actives ». Co-conçu par l'AACC et AFNOR Certification, le référentiel du label RSE Agences Actives est spécifiquement adapté aux enjeux et métiers des agences-conseils en communication. Divisé en quatre grands thèmes, il couvre l'ensemble des sujets propres aux agences : vision et gouvernance, réalisation des prestations, ressources humaines et aspects sociaux, impact environnemental de l'agence.
- **Activités de fidélisation du Groupe** : renouvellement de la certification ISO 14001 (cf. ci-après).

2. Focus sur la norme ISO 14001 pour les activités de fidélisation

Les informations présentées ci-après couvrent le seul périmètre des activités de la société ADLPartner SA et ne tiennent pas compte des activités des autres filiales du Groupe.

Depuis plus de 10 ans, DÉKUPLE a mis en place une stratégie RSE rigoureuse, au cœur de l'innovation au service de ses clients et des clients de ses clients.

Avec l'obtention sans discontinuité pour ses activités de fidélisation de la certification ISO 14001 depuis 2009, le Groupe a démontré son engagement sur la durée et sa capacité à prendre en compte une meilleure préservation de l'environnement dans l'ensemble de ses processus.



La politique environnementale de la société ADLPartner SA se structure depuis 2009 à travers un système de management environnemental (SME) répondant aux exigences de la norme ISO 14001. Sa démarche repose sur une implication forte de tous les intervenants, relayée par un système documentaire facilement accessible aux collaborateurs via un drive commun et régulièrement mis à jour pour une bonne vision des textes réglementaires applicables sur chacun des sites.

Un audit de suivi annuel est réalisé par Bureau Veritas Certification qui certifie l'ensemble du SME mis en place sur les sites de Chantilly et de Montreuil pour nos activités de fidélisation.

Les actions suivantes permettent d'améliorer de façon continue l'empreinte environnementale des activités de fidélisation, notamment grâce à :

- **La qualité du management** : engagement visible de la direction, implication de toutes les équipes et identification des enjeux, risques, opportunités et parties intéressées ;
- **L'efficacité du suivi** : évaluation des prestataires par critère afin de valider leurs bonnes pratiques environnementales, rigueur dans la surveillance périodique, bonne traçabilité des rapports et des preuves de mise en conformité ;
- **La maîtrise opérationnelle** : gestion informatisée des déchets, utilisation de cartouches d'encre éco-labellisée, recours systématique à des papiers issus des filières PEFC ou FSC pour les mailings postaux.

Historiquement depuis plus de 10 ans, aucun écart majeur empêchant la certification n'a été émis au cours de ces audits. L'audit 2022 montre que tous les objectifs sont atteints et confirme que le SME est « efficace, mature et en parfaite adéquation avec l'organisation des activités certifiées ».

2.1. Bilan carbone : exploitation depuis 2021 d'un calculateur carbone

Pour valoriser et renforcer ses engagements environnementaux auprès de ses clients, ADLPartner SA s'est engagée dans un plan de progrès et de réduction de l'impact de ses émissions de carbone. Ce plan s'est traduit en 2021 par la mise en place d'un outil de calcul des émissions de CO₂ dans la fabrication de ses mailings papier.

L'analyse du cycle de vie d'un mailing passe par des procédures d'achats responsables, la valorisation de l'éco-conception interne et la gestion de fin de vie du mailing, son recyclage. Jusqu'à aujourd'hui, le seul indicateur de la Société était sa déclaration des tonnages mis sur le marché auprès de Citéo, éco-organisme agréé par l'Etat, et la fourniture d'un bilan RSE avec l'impact de nos perturbateurs de recyclage. Avec l'outil de calcul, la société va plus loin dans la maîtrise de ses émissions carbone, en identifiant les principales sources d'émission, en priorisant les actions à mener par la société et en maîtrisant mieux ses achats.

Ce calculateur a été développé avec l'assistance d'ECOGRAF, un cabinet conseil spécialisé dans les solutions environnementales de la chaîne graphique, sur un périmètre tenant compte de la fabrication de la pâte et du papier, du transport du papier vers l'imprimeur, de la transformation du papier en produit fini et du transport imprimerie / routeur. La distribution du courrier ne rentre pas dans le champ car La Poste assure la neutralité carbone de sa distribution.

Le référentiel développé s'appuie sur les recommandations d'Intergraph (Confédération européenne de la communication imprimée et numérique) et reprend de nombreuses variables, comme par exemple :

1. Production papier
2. Consommation de combustibles gaz (imprimerie)
3. Consommation électrique (imprimerie)
4. Production de plaques offset
5. Transport du produit fini
6. Production chimies impression (alcool, solvants...)

Avec le calculateur développé, ADLPartner SA a identifié des pistes d'optimisation, avec notamment la généralisation de :

- l'utilisation de papier recyclé et de l'utilisation de surface d'encrage moins grandes (noir en lieu et place de la quadri) sur ses enveloppes retours Partenariat ;
- l'utilisation de cristal végétal sur les fenêtres des enveloppes porteuses (anciennement plastique).

Mais aussi :

- l'importance des choix papiers (provenance et choix énergétique de production) ;
- poursuivre les efforts engagés dans l'éco-conception de nos documents.

2.2. Maîtrise de la consommation d'énergie

Des indicateurs sont opérationnels sur chacun des sites de la société ; ils permettent de cibler les postes sur lesquels une réduction des consommations d'énergie peut être opérée. Dans le cadre de l'application du « Décret Tertiaire » pour réduire la consommation énergétique dans les bâtiments de 1.000 m² à usage tertiaire, la société a retenu 2010 pour année de référence. Selon les objectifs de consommation énergétique fixés par décennie, il est prévu une réduction de 40% en 2030, 50% en 2040 et 60% en 2050.

Comme les années précédentes, les dépenses d'énergie restent structurellement limitées au regard de l'activité de la société. La facturation totale d'électricité pour les sites de Montreuil et de Chantilly en 2022 s'élève à 464.344 KWH, en baisse de 12,6 % par rapport à l'année précédente (531.461 KWH).

En 2022, sur la base de ses consommations de gaz et d'électricité, ADLPartner SA a rejeté dans l'atmosphère 154 tonnes équivalent CO₂ (calculées sur la base de facteurs de conversion de 0,0545 kg CO₂eq/kWh pour l'électricité et de 0,251637 kg CO₂eq/kWh pour le gaz, source Base Carbone ADEME).

ADLPartner SA avait réalisé en décembre 2019 un audit énergétique suivant les exigences de la norme NF EN 16 247-1 et couvrant les sites de Montreuil et de Chantilly. Cet audit a permis d'établir un bilan de la situation énergétique de l'entreprise et confirmé la pertinence des actions engagées. Elle a également contribué à préconiser des pistes d'optimisation énergétique et définir les actions à mettre en œuvre. Un prochain audit est prévu en 2023.

2.3. Consommation responsable de papier et utilisation d'encre non polluantes

ADLPartner SA peut recourir, pour le compte de ses clients et partenaires, au papier pour la fabrication des supports marketing. Toutefois, la digitalisation croissante de ses activités, axe stratégique de développement, contribue à réduire la consommation de papier depuis plusieurs années.

100 % des achats de papiers destinés à un usage interne sont certifiés FSC ou PEFC. En 2022, ADLPartner SA a consommé 535 ramettes de papier labellisé FSC ou PEFC dans le cadre de son activité courante (671 en 2021). La modification des habitudes et usages liés à la mise en œuvre du télétravail explique une grande partie de la diminution du papier utilisé.

Dans le cadre des campagnes marketing, plus de 98 % des mailings sont imprimés sur du papier certifié issu de forêts gérés durablement (FSC ou PEFC) et de fibres recyclées. L'ensemble représente en 2022 une consommation de papier égale à 1 164 tonnes qui vient confirmer la baisse de nos tonnages entrepris depuis 2017, soit plus de 40%.

Le mailing papier restant un canal influent dans la communication client, la société cherche en permanence à limiter l'impact environnemental. Cet engagement se traduit par

- une approche éco-responsable dans la création des messages (Eco-conception) par l'adaptation des formats, des grammages, pagination et la prise en compte des perturbateurs de recyclage (encre, colle, vernis UV, plastique...) et une analyse encore plus précise de la data.
- la prise en compte du cycle de vie des mailings, leur recyclage et l'importance de limiter les perturbateurs de recyclage et de favoriser une économie circulaire. L'entreprise adhère dans le cadre de la responsabilité élargie des producteurs à Citéo, entreprise à missions créée par les entreprises du secteur privé pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers, en leur proposant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage. La société va verser pour 2022 une éco participation de 78 080 €.
- l'optimisation technique avec la contribution des imprimeurs de la société sur des choix moins polluants (suppression sur 2022 des fenêtres plastiques sur les enveloppes (cristal recyclable), papier recyclé sur les enveloppes retours Partenariat), utilisation de colles ou encres moins impactantes).
- une veille technique et réglementaire avec notamment en 2021 les importantes lois AGECE (loi anti-gaspillage pour une économie circulaire) et Climat et Résilience qui ont impacté la filière avec notamment la mise en place obligatoire d'une nouvelle signalétique d'information de tri plus claire pour le consommateur final.

2.4. Gestion et prévention des déchets

Les déchets générés par l'activité d'ADLPartner SA sont de deux natures : déchets de bureaux et ceux liés à la fin de vie des supports de communication. La certification ISO 14001 contribue à pérenniser leur traitement et leur recyclage.

Le tri et la collecte des déchets sont en place sur les sites de Montreuil et de Chantilly. Des containers identifiés sont mis à disposition (papiers, plastiques, autres...) et un responsable est chargé de la gestion des déchets au sein de la société. Une attention est portée à leur traçabilité avec des prestataires spécialisés agréés par la préfecture. Nous restons par ailleurs toujours attentifs à leur réduction.

Cette démarche s'accompagne de la recherche de filières de traitement valorisant le recyclage :

- Un contrat confié à la société CEDRE permet d'assurer la collecte, le tri et le recyclage des rejets de papier produits par les deux sites français (133 tonnes en 2022 contre 68 en 2021). Depuis 2019, ce contrat couvre également la collecte et le recyclage des bouteilles et gobelets en plastique (81 kg contre 45 kg en 2021). La société offre à l'ensemble de ses collaborateurs une gourde et un mug qui permettent de limiter la consommation

de gobelets, malgré tout rattrapée par une présence plus importante des collaborateurs au bureau depuis la fin de la crise sanitaire.

- La société améliore ses modalités de gestion de la collecte et du traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). A ce titre, l'établissement de Chantilly a renouvelé son contrat avec une société de traitement locale qui prend en charge la fin de vie des produits concernés. 1.006 kg ont été pris en charge en 2022 (431 kg en 2021). La poursuite du réaménagement du site de Montreuil a généré une hausse de ces déchets.

Dans ce même esprit, la société a confié en 2022 à des filières spécialisées 99 kg de cartouches/toners.

2.5. Partage des pratiques et responsabilisation

ADLPartner SA a adopté une démarche qui responsabilise l'ensemble des collaborateurs, généralise les bonnes pratiques environnementales et donne une valeur ajoutée à tous les intervenants.

Le Responsable Environnement est au cœur de la thématique environnementale. Il a en charge la conception, la gestion et la diffusion des documents du SME. Il consolide et analyse les données fournies par les audits et contrôles. Il prépare et coanime les revues de direction. Il est une force de proposition dans l'amélioration du SME. Il s'assure de l'information des nouveaux arrivés. Enfin, il assure la veille réglementaire et tient à jour le recueil des textes applicables.

Un réseau de communication collaboratif permet de sensibiliser et impliquer les équipes au projet environnemental. En interne, ces aspects sont présentés via les voies d'affichage, les audits, des newsletters et un drive partagé. Le Responsable Environnement contribue à cette transparence en émettant des informations en lien avec la politique environnementale, son programme et la réglementation relative. À l'externe, le Responsable Environnement centralise et répond aux demandes d'information émanant des clients, des administrations ou des parties intéressées.

La société 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 opérationnelle, la surveillance et le mesurage.

2.3.3. Gouvernance responsable

1.1. La lutte contre la corruption

DÉKUPLE respecte les dispositions légales et conventionnelles en matière de lutte contre la corruption. Il a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter le risque de corruption et de fraude.

Le Groupe a ainsi adopté un Code de bonne conduite, soumis aux Comités Sociaux et Économiques en décembre 2021 et janvier 2022. Ce Code présente les grands principes et les lignes directrices de ses pratiques commerciales et relations internes. Il définit un corpus de règles qui, dans le respect du cadre légal et réglementaire, gouvernent au quotidien toutes les actions individuelles ou collectives conduites au nom du Groupe DÉKUPLE. Ce code fournit également des repères utiles aux collaborateurs du Groupe afin qu'ils puissent prendre les décisions et adopter les mesures appropriées dans le cadre de leurs actions professionnelles et qu'ils conduisent leurs activités de la manière la plus intègre et exemplaire possible.

Ce Code de conduite intègre les mesures de la loi SAPIN II relative à « la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique ». Il propose des lignes directrices qui aideront à prendre des décisions en accord avec les valeurs et principes du Groupe DÉKUPLE. Il s'adresse à tous les collaborateurs de DÉKUPLE, dans les relations qu'ils entretiennent entre eux, ou dans leurs relations avec les parties prenantes de l'entreprise – actionnaires, investisseurs,

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

organismes publics, partenaires, clients et fournisseurs -. Il est annexé aux règlements intérieurs des entreprises du Groupe et a été communiqué à l'ensemble des salariés au travers de la newsletter hebdomadaire ; il est disponible sur un Drive d'informations accessible à chacun.

Par ailleurs, dans le cadre du Programme de Conformité Anti-corruption du Groupe DÉKUPLE, il a été demandé en 2022 à l'ensemble des collaborateurs de réaffirmer formellement leur engagement individuel à agir conformément aux principes et règles du Code. En rappel, une formation de chaque collaborateur a été mise en œuvre via un programme d'e-learning. Au total, 645 collaborateurs ont été formés en 2022 au Code de bonne conduite du Groupe.

Le code revient notamment sur les principes éthiques et d'exemplarité attendus des collaborateurs :

« Le Groupe DÉKUPLE reconnaît que sa croissance et ses performances reposent notamment sur ses ressources internes, ses collaborateurs. Le Groupe DÉKUPLE met en place un dialogue constructif et un cadre de travail qui veillent à promouvoir le respect de ses collaborateurs et qui exigent de l'ensemble de ses collaborateurs l'exemplarité à l'égard de certains principes de comportement. »

1.2. Évasion fiscale

DÉKUPLE s'attache à respecter la réglementation fiscale. En respect avec la législation française, chaque entité juridique répond aux obligations de déclaration et de liquidation de l'impôt et/ou de la taxe qui lui incombent. Le Groupe encourage la transparence et la collaboration de ses entités juridiques et de ses services vis-à-vis de l'administration fiscale en cas de demande de documentation ou de contrôle fiscal.

Les transactions intra-Groupe sont régies par des contrats de service qui sont établis sur des bases de coûts complets selon des standards de marchés. Le Groupe se base sur son modèle d'affaires pour définir une politique qui couvre l'ensemble de ses transactions intra-Groupe. Les taux de rémunération des transactions intra-Groupe font l'objet d'accord entre les responsables des activités, par ailleurs, il n'y a pas d'obligation pour une entité d'utiliser les services du Groupe.

1.3. La protection et l'écoute des lanceurs d'alerte

Depuis 2018, les sociétés ADLPartner SA, Converteo et ADLP Assurances ont mis en place la procédure de recueil des signalements par les lanceurs d'alerte en vue de lutter contre la corruption et la modernisation de la vie économique (loi SAPIN II), instituant un cadre général pour la protection des lanceurs d'alerte. Cette procédure s'adresse aux personnes physiques qui souhaitent effectuer un signalement pour des faits dont elles ont eu personnellement connaissance. Elle doit permettre de faire remonter des alertes sur les crimes ou délits ou tout acte contraire à l'intérêt général, tout en protégeant le donneur d'alerte et en indiquant la procédure à suivre.

L'article 8 de la loi SAPIN II prévoit que la procédure d'alerte est constituée de trois étapes :

- 1^{ère} étape : le signalement de l'alerte auprès du supérieur hiérarchique direct ou indirect, de l'employeur ou d'un référent désigné par ce dernier ;
- 2^{ème} étape : le traitement de l'alerte avec accusé de réception du signalement puis organisation d'un entretien avec la personne ayant déclenché l'alerte, et éventuellement la ou les personnes mises en cause ;
- 3^{ème} étape : le référent rédige un rapport écrit au Président Directeur Général du Groupe, qui examine et décide des suites à donner.

Cette procédure a été étendue en 2022 à tout le Groupe ; la politique a été communiquée à l'ensemble des collaborateurs.

1.4. Les politiques opérationnelles en matière de gestion des données personnelles

La protection des données personnelles de ses clients fait l'objet d'une attention toute particulière. Dans le cadre du Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), un programme de gestion des données personnelles est en place depuis 2018 et se traduit par l'adoption de procédures opérationnelles spécifiques. Le respect

des principes édictés par ces différentes politiques permet de développer des processus stricts et transparents dans la gouvernance, la collecte, le traitement et le stockage des données. Deux Data Protection Officers (DPO) supervisent la stratégie et l'implémentation des initiatives de protection des données au sein de l'organisation. En juillet 2022, le DPO d'ADLPartner SA a été certifié pour la seconde fois par l'APAVE, conformément au référentiel de certification des compétences de la CNIL. Le second DPO a été également certifié en juillet 2022.

Par ailleurs, un RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), nommé en 2021, convoque mensuellement un comité de sécurité informatique dans le cadre duquel tous les sujets intéressant la sécurité des systèmes d'information sont partagés entre la DSI, les DPO et la Direction Financière. À l'issue de chaque Comité de Sécurité Informatique un compte rendu des échanges et des actions à mener est partagé.

En 2022, il n'y a eu aucun incident de sécurité ayant entraîné une perte de disponibilité sur les systèmes informatiques du Groupe.

1.5. Relation avec les sous-traitants et les fournisseurs

Les sociétés du Groupe font appel à la sous-traitance pour la réalisation de travaux qui ne relèvent pas directement de leur champ de compétence habituel ou pour absorber plus facilement les variations de flux inhérentes à leur activité. Elles sensibilisent de plus en plus leurs partenaires et fournisseurs directs.

Chez ADLPartner SA, pour la fourniture du « matériel » utilisé dans la fabrication des mailings, le Directeur de fabrication tient à jour des fiches d'évaluation ainsi qu'un tableau récapitulatif des fournisseurs référencés qui est approuvé en revue de direction. À partir de critères environnementaux, une évaluation est actée chaque année. Par ailleurs, les services généraux des différents sites s'assurent que les employés des sociétés prestataires, agissant dans l'enceinte de l'entreprise et ayant une action susceptible d'impacter l'environnement, disposent d'une formation adaptée.

1.6. Droits de l'homme

Le Groupe est principalement implanté dans les pays de l'Union Européenne ayant ratifié les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, et qui disposent tous d'une législation protectrice en matière sociale, dans tous les domaines couverts par ces conventions. L'ensemble des filiales du Groupe s'engage à respecter ces conventions et la direction des ressources humaines de chaque filiale s'assure de la réalisation des dispositions fondamentales du droit du travail. Par conséquent, le Groupe n'a pas engagé d'actions spécifiques en faveur des droits de l'Homme.

2.4. PERFORMANCES RSE

2.4.1. Méthodologie

1. Périmètre du reporting

Le périmètre du reporting se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2022, présenté en note 2.1.2 des annexes au comptes consolidés du rapport financier annuel 2022.

Des règles d'exclusion ont été définies pour les informations environnementales des sociétés dont les impacts sont marginaux. Les données environnementales couvrent ainsi les activités du Groupe en France, à l'exception des sociétés ADLP Assurances, Brainsonic, Converteo et Dékuple Ingénierie Marketing (incluant les sous-filiales Activis, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Duhno Marketing, Ividence, Leoo et Reech). L'impact environnemental des activités à l'étranger, opérées principalement à travers une filiale en Espagne, est non significatif à l'échelle du Groupe et ne fait donc pas l'objet d'un reporting distinct.

La collecte des informations environnementales, leur homologation, leur consolidation, ainsi que leur reporting répondent à un protocole spécifique mis en place depuis plus de 10 ans par la société ADLPartner SA dans le cadre du Système de Management Environnemental (SME). Les données environnementales sont intégrées au système d'information dans le cadre de la certification ISO 14001, qui, depuis 2009, fait chaque année l'objet d'un audit de suivi annuel réalisé par Bureau Veritas Certification.

Les données sociales et sociétales sont rapportées à un périmètre couvrant d'une part les activités de la société ADLPartner SA en France, à savoir les services front office à Montreuil et le centre de traitement à Chantilly. Elles intègrent d'autre part, les activités des filiales ADLP Assurances, Converteo et Dékuple Ingénierie Marketing (incluant les sous-filiales Activis, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Ividence, Leoo et Reech) en France, ainsi que celle d'ADLPartner Hispania en Espagne. Elles n'intègrent pas les activités de Duhno Marketing en Chine, ainsi que celles de Brainsonic compte tenu de son acquisition récente.

Les effectifs comptabilisés dans ce rapport prennent en compte les salariés ayant un contrat de travail CDI ou CDD, ainsi que les étudiants en contrat d'apprentissage, de professionnalisation, ou en stage. Les accidents du travail ne sont pas traités compte tenu de leur caractère non significatif.

2. Limites méthodologiques

DÉKUPLE n'estime pas être porteur de risque ou d'opportunité majeure sur les sujets de lutte contre la précarité alimentaire, du respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable du fait de leur absence de matérialité.

3. Évolution de notre stratégie et reporting RSE

Compte tenu de la restructuration de notre stratégie RSE pour mieux les adapter aux attentes de nos parties prenantes, nous avons fait évoluer nos objectifs et indicateurs de suivi par rapport aux années précédentes.

2.4.2. Indicateurs de suivi

Les indicateurs clés de performances figurent dans le tableau ci-dessous en italique et sont annotés d'un *.

1. Enjeux sociaux

S1. L'égalité, l'inclusion et la diversité au travail

Indicateurs S1	Unité	Périmètre	Source	Description	2022						
<i>Nouveaux recrutements totaux en CDI*</i>	Salariés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de salariés recrutés en CDI dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de CDI arrivés de l'extérieur du Groupe. 1er jour de la période d'essai comprise entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
					F	H	F	H	F	H	
					103	117	3	4	21	10	258
% de femmes recrutées en CDI	%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de femmes recrutées en CDI entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
				----- Nombre total de recrutements en CDI au 31/12							
				Cela correspond au nombre de CDI arrivés de l'extérieur du Groupe entre le 01/01 et le 31/12. 1er jour de la période d'essai comprise entre le 01/01 et le 31/12	47%		43%		68%		49%
Nombre de alternants recrutés	Alternants	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de alternants recrutés dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de alternants, arrivés entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
					F	H	F	H	F	H	
					1	6	0	0	12	24	43
Nombre de stagiaires recrutés	Stagiaires	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de stagiaires recrutés dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de stagiaires de plus de 2 mois arrivés entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
					F	H	F	H	F	H	
					0	3	0	0	25	15	43

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Nombre de CDD (hors alternants) recrutés	CDD	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de CDD (hors alternants) recrutés dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de CDD, arrivés entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
					F	H	F	H	F	H	
					3	1	2	0	3	0	
Égalité femme/homme*	Note obtenue Index égalité professionnelle	ADLPartner SA	Index égalité professionnelle les plus récent	Note globale sur 100 obtenue à l'index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sur la dernière publication pour ADLPartner SA	98						
		Converteo	Index égalité professionnelle les plus récent	Note globale sur 100 obtenue à l'index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes sur la dernière publication pour Converteo SAS	76						
Ratio femmes/hommes en CDI	% femmes	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre total de femmes inscrites en CDI le 31/12 ----- Nombre total CDI inscrits le 31/12	48%						
	% hommes	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre total d'hommes inscrites en CDI le 31/12 ----- Nombre total CDI inscrits le 31/12	52%						
Nombre de salariés de moins de 30 ans en poste	Salariés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre de jeunes < 30 ans inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD et alternants inclus).	39%						Total
											304
Nombre de salariés de plus de 45 ans en poste	Salariés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre de collaborateurs plus de 45 ans inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD et alternants inclus).	18%						Total
											142
Nombre de salariés de plus de 55 ans en poste	Salariés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre de collaborateurs plus de 55 ans inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD et alternants inclus).	6%						Total
											44
	Années				5,7						

Ancienneté moyenne des collaborateurs		Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Moyenne de l'ancienneté de l'ensemble des collaborateurs inscrits en CDI au 31/12	
	Années	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Moyenne de l'ancienneté de l'ensemble des collaboratrices inscrits en CDI au 31/12	6,6
	Années	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Moyenne de l'ancienneté de l'ensemble des collaborateurs hommes inscrits en CDI au 31/12	4,9
Nombre de nationalités des collaborateurs	Nationalités	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Diversité de nationalités des collaborateurs inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD alternants et stagiaires inclus). La nationalité française se compte comme 1.	20
Nombre de personnes en situation de handicap	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de personnes en situation de handicap déclarée (en ETP) dans le groupe (alternants et stagiaires de plus de 2 mois inclus). Inscrits au 31/12	3
Nombre de mobilités internes	Changements de poste	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de collaborateurs ayant changé d'intitulé de poste entre le 01/01 et le 31/12 (hors changement de service).	93
	Changements de service	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de collaborateurs ayant changé de service et/ou de société entre le 01/01 et le 31/12.	17

S2. Le respect des droits au travail et le dialogue social

Indicateurs S2	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Nombre de RDV IRP	Réunions avec le CSE*	UES Dékuple	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/12	12
		Reech	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/13	11
		Converteo	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/14	6
		DIM BtoB	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/15	12
	Accords et avenants signés avec les représentants du personnel (CSE et délégués syndicaux)	UES Dékuple	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre d'accords signés avec le CSE ou les délégués syndicaux entre le 01/01 et le 31/12	2
		Reech	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre d'accords signés avec le CSE ou les délégués syndicaux entre le 01/01 et le 31/12	0
		Converteo	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre d'accords signés avec le CSE ou les délégués syndicaux entre le 01/01 et le 31/12	0
		DIM BtoB	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre d'accords signés avec le CSE ou les délégués syndicaux entre le 01/01 et le 31/12	0
	Réunions de négociations avec les délégués syndicaux	UES Dékuple	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/12	5

Thématiques concernées par les accords	Thématiques	Groupe hors GGM, Braisonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Indicateur qualitatif qui permet d'apprécier le domaine des accords (rémunération, temps de travail ...)	Thématiques concernées par les accords
Taux mini et maxi de participation des collaborateurs aux enquêtes d'épanouissement	% de participation	UES Dékuple	Reporting Poplee	Taux de participation moyen enregistrés sur l'ensemble des enquêtes Poplee dans l'UES entre le 01/01 et le 31/12.	59%
		Converteo	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Taux de participation moyen enregistrés sur l'ensemble des enquêtes entre le 01/01 et le 31/12 (uniquement si mesurable évidemment)	62%
Évaluation d'épanouissement des collaborateurs	Note d'épanouissement	UES Dékuple	Reporting Poplee	Note moyenne sur 10 de l'épanouissement enregistrée sur l'ensemble des enquêtes Poplee dans le groupe entre le 01/01 et le 31/12	7,88
Évaluation qualité de vie au travail	Note d'évaluation	Converteo	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Note sur 5 obtenue HappyIndex®AtWork	4,68/5
		Reech	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Note obtenue	72,6

S3. Promotion d'une vie saine et de l'équilibre vie privée et travail

Indicateurs S3	Unité	Périmètre	Source	Description				
Nombre moyen de jours d'absence maladie par collaborateur	Jours/collaborateur	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Somme du nombre de jours d'absence maladie et accidents du travail enregistrés pendant l'année	Cadres	Agents de Maîtrise	Employé	Total
				----- Nombre moyen de salariés inscrits fin de mois entre le 01/01 et le 31/12 - En jours calendaires, y inclus les accidents de trajet.				7

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

				<p>- Seuls ces 2 types d'absence sont comptabilisées.</p> <p>- CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)</p>				
	Nombre total de jours d'absence maladie et accidents du travail	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre total de jours d'absence maladie et accidents du travail enregistrés pendant l'année entre le 01/01 et le 31/12 (hors stagiaires de moins de 2 mois)	3 309	547	1 343	5 199
	Salariés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre moyen de salariés inscrits fin de mois entre le 01/01/ et le 31/12 (hors stagiaires de moins de 2 mois)				735
Fréquence d'accidents au travail	Accidents du travail et de trajet	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre d'accidents au travail ou de trajet déclarés entre le 01/01 et le 31/12 (hors stagiaires de moins de 2 mois)	5			
Taux de collaborateurs ayant accès au télétravail*	% de collaborateurs ayant accès au télétravail	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	<p>Nombre moyen de collaborateurs ayant accès au télétravail</p> <p>-----</p> <p>Nombre total de collaborateurs inscrits au 31/12</p> <p>Collaborateurs en CDI inscrits au 31/12</p>	93%			
	Collaborateurs ayant accès au télétravail	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de collaborateurs (CDI CDD et alternants) ayant accès au télétravail inscrits au 31/12	707			
	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre total (CDI, CDD et alternants) de collaborateurs inscrits au 31/12	762			

Nombre de jours mensuels télétravaillables	Jours par mois	UES Dékuple	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de jours télétravaillables par mois proposés dans la Charte/accord de télétravail	2 jours / semaine + 1 jour mensuel
		Reech	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de jours télétravaillables par mois proposés dans la Charte/accord de télétravail	2 jours par semaine (moyenne de 4 semaines par mois)
		Converteo	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de jours télétravaillables par mois proposés dans la Charte/accord de télétravail	Pas de maximum de jours : charte de télétravail flexible
		DIM BtoB	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de jours télétravaillables par mois proposés dans la Charte/accord de télétravail	16
		Iberia	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de jours télétravaillables par mois proposés dans la Charte/accord de télétravail	8

S4. Développement professionnel de nos collaborateurs

Indicateurs S4	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Niveau d'investissement du Groupe dans la formation des collaborateurs	% de la masse salariale investie dans la formation	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	<p>Montant global de formation* (1% et coût des organismes, hors temps de travail)</p> <p>-----</p> <p>Masse salariale brute avant intéressement et participation (consolidation comptable sur le Groupe)</p> <p>* Formations ayant lieu entre le 01/01 et le 31/12</p>	2%
	Montant global de formation (en K€)	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Montant globale de formation* (1% versé dans l'année et coût des organismes, hors temps de travail des formations effectuées entre le 01/01 et le 31/12)	780

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

	Masse salariale brute (en K€)	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Consolidation comptable du Groupe	Masse salariale brute avant intéressement et participation (consolidation comptable du Groupe)	40 505						
Temps dédié à la formation des collaborateurs*	Heures moyennes par collaborateur formé	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Heures totales de formations dispensées à l'ensemble des salariés entre le 01/01 et le 31/12. - CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)	25						
	Heures de formations dispensées	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Heures de formations dispensées à l'ensemble des salariés entre le 01/01 et le 31/12	14 192						
	Salariés formés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de salariés formés au moins une fois entre le 01/01 et le 31/12	563						
Taux de collaborateurs formés	% effectif total formé	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre total de salariés formés au moins une fois entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
				F	H	F	H	F	H		
				Nombre moyen de collaborateurs inscrits fin de mois entre le 01/01 et le 31/12 - Un salarié qui bénéficie de plusieurs formations entre le 01/01 et le 31/12 est comptabilisé pour 1. - CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)	ns	ns	ns	ns	ns	ns	78%

	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre total de collaborateurs formés au moins une fois entre le 01/01 et le 31/12 - Un salarié qui bénéficie de plusieurs formations entre le 01/01 et le 31/12 est comptabilisé pour 1. - CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)	185	220	33	14	57	54	563
	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre moyen de collaborateurs inscrits fin de mois entre le 01/01 et le 31/12							721
Nombre de collaborateurs ayant suivi un entretien d'évaluation annuel.	% des collaborateurs interviewés	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre de collaborateurs ayant suivi un entretien d'évaluation au 31/12 ----- Nombre total de collaborateurs - Entre le 01/01 et le 31/12	Cadres		Agents de Maîtrise		Employé		Total
					F	H	F	H	F	H	
					ns	ns	ns	ns	ns	ns	71%
	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Nombre total de collaborateurs CDI inscrits au 31/12 ayant suivi un entretien d'évaluation au 31/12	158	229	31	11	53	28	510
	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Effectifs Reporting Mensuel Groupe	Nombre total de collaborateurs en CDI inscrits au 31/12	0	0	0	0	0	0	714

S5. Volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs

Indicateurs S5	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Montant versé aux initiatives/associations*	€/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Total des sommes versées en dons donnant lieu à un reçu fiscal entre le 01/01 et le 31/12.	78 500
Nombre d'associations/initiatives soutenues	Associations	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Noms des initiatives sociales/sociétales soutenues entre le 01/01 et le 31/12. Comptabilisées une fois par organisation/initiative par an. (indicateur qualitatif)	4
Montant versé au titre de la taxe d'apprentissage	€/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Montant global de la taxe d'apprentissage Groupe versé pendant l'année.	230 187

S6. Certifications et labels de notre performance sociale et environnementale

Indicateurs S6	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Nombre de certifications/labels RSE*	Certifications	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	Liste de certifications ou labels obtenues au cours de l'année, y compris le renouvellement et les nouvelles certifications. (indicateur qualitatif)	3

2. Enjeux environnementaux

E1. Réduction de notre empreinte carbone

Indicateurs E1	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Bilan carbone	oui / non	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Bilan carbone	Cela doit être considéré en fonction de la taille et des activités de l'entreprise. Par rapport aux années précédentes. Plus le nombre est petit, meilleur il est.	Oui
Application du Forfait Mobilités Durables (FMD)*	% de sociétés concernées	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Base de données indicateurs RSE Dékuple	% de sociétés appliquant le FMD	10%

E2. Sobriété énergétique et des ressources

Indicateurs E2	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Quantité totale d'électricité utilisée	kWh/an	Sites de Montreuil, Chantilly	Plan de sobriété énergétique	Mesure de la consommation totale d'électricité. Comparatif avec les années précédentes.	464,344
Quantité totale de gaz chauffage utilisé	kWh/an	Sites de Montreuil, Chantilly	Plan de sobriété énergétique	Mesure de la consommation totale de gaz chauffage. Comparatif avec les années précédentes.	431,407
Températures maximales/minimales de la climatisation/chauffage	°C	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Plan de sobriété énergétique	Températures minimales de la climatisation pendant l'été et maximales du chauffage pendant l'hiver.	26 ° en été et 19 ° en hiver
Taux de papier recyclé utilisé à l'interne	% du total utilisé	Sites de Montreuil, Chantilly	Suivi ISO 14001	Proportion de papier recyclé consommé à l'interne du Groupe (hors les activités de Fidélisation).	100%

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Quantité totale de papier consommé dans le cadre des campagnes marketing	Tonnes/an	Activités de fidélisation	Reporting fabrication "papiers responsables"	Nombre cumulé de tonnes de papier consommées dans le cadre des campagnes mailings. Les activités de fidélisation sont les activités couvertes par la norme iso 14001, il s'agit de l'activité historique du Groupe, qui correspond au partenariat Abonnement Presse.	1 164
<i>Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issus de forêts gérées durablement et fibres recyclées*</i>	% des mails imprimés	Activités de fidélisation	Reporting Citeo "papiers responsables"	Les activités de fidélisation sont les activités couvertes par la norme iso 14001, il s'agit de l'activité historique du Groupe, qui correspond au partenariat Abonnement Presse.	98%

E3. Réduction des déchets et des polluants

Indicateurs E3	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Quantité de déchets recyclés	Tonnes/an	Sites de Montreuil et Chantilly	EE 38 Tableau de Mesure et Surveillance Norme iso 14001	Poids global de déchets recyclés, hors papier en kg	1 316
Quantité totale de papier sur site	Tonnes/an	Sites de Montreuil et Chantilly	EE 38 Tableau de Mesure et Surveillance Norme iso 14001	Poids global de papier retraités en tonnes	133
<i>Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par alternatives éco*</i>	% Tonnes encres	Activités de fidélisation	Direction de fabrication	Encres et colles écologiques substituant les matières toxiques.	100%
Quantité de déchets D3E traités en externe	Kg de déchets D3E	Sites de Montreuil et Chantilly	EE 38 Tableau de Mesure et Surveillance Norme iso 14001	Poids global de déchets D3E recyclés sur les sites de Montreuil et de Chantilly en kg	1 006

E4. Sensibilisation de nos collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux

Indicateurs E4	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Nombre d'ateliers et activités proposés*	Ateliers/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chineupe	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Nombre d'activités de formation/sensibilisation environnementale des collaborateurs réalisées au cours de l'année, y compris les activités présentiellles et d'e-learning.	1

E5. Contribution à la protection / récupération des ressources naturels et de la biodiversité

Indicateurs E5	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Liste d'initiatives/organisations soutenues*	Initiatives/organisations soutenues par an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Reporting annuel consolidé données RH Groupe	Liste de organisations ou initiatives environnementales soutenues au cours de l'année. Comptabilisées une fois par organisation/initiative entre le 01/01 et le 31/12.	1
Surface protégée	ha/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Organisations bénéficiées	Surface d'espaces naturels protégés. Cela est difficile à mesurer. Cependant, il est peut-être possible de demander cette information à la ONF, même s'il s'agit d'un chiffre approximatif. Dans le contexte actuel des incendies forestier, cet indicateur peut avoir de très bons impacts.	3 000

3. Enjeux de la Gouvernance

G1. La RSE au sein des politiques de l'entreprise

Indicateurs G1	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Réunions du Comité RSE	Réunions/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	DRH	Nombre de réunions étant tenues entre le 01/01 et le 31/12.	3
Nombre de communications (newsletters) traitant le sujet RSE*	Communications/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	DRH	Nombre total de communications envoyées au cours de l'année à l'ensemble des collaborateurs, et traitant de sujets RSE (Newsletters)	21

G2. Dialogue permanent avec des parties prenantes

Indicateurs G2	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Nombre de consultations réalisées	Consultations/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Questionnaire RSE	Consultations réalisées sous la forme d'un questionnaire de matérialité distribué à nos parties prenantes entre le 01/01 et le 31/12.	1
Nombre de parties prenantes consultées*	Parties prenantes/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Questionnaire RSE	Les individus ou organisations consultés à la fin de l'année, organisés par catégorie de partie prenante.	13

G3. Renforcement de notre éthique et transparence

Indicateurs G3	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite*	% des collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	DRH	Taux de collaborateurs CDI signataires du code de conduite. Les collaborateurs sont encouragés à lire et signer le code de conduite du Groupe lors de l'on-boarding.	94%
	Nombre de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	DRH	Collaborateurs inscrits à fin juin 2022	612

Nombre de collaborateurs ayant été formés au code de conduite	Collaborateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	DRH	Collaborateurs inscrits à fin juin 2022	645
---	----------------	---	-----	---	-----

G4. Veille sur la confidentialité des données

Indicateurs G4	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité*	Incidents/an	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Reporting des incidents soit tenu par la DSI sous la supervision de notre RSSI, soit par les filiales	Nombre d'incidents de sécurité enregistrés au cours de l'année ayant conduit à une perte de disponibilité. La perte de disponibilité est une des trois catégories d'incidents de sécurité informatique. Elle est définie comme le déni d'accès à une information ou à une fonction de nos systèmes (Les deux autres catégories d'incidents de sécurité sont la perte d'intégrité et la perte de confidentialité).	1

G5. Une gestion cohérente et participative

Indicateurs G5	Unité	Périmètre	Source	Description	2022
Diversité au Conseil d'administration	Nombre total de membres du Conseil d'administration	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Convocations au conseil d'administration	Mesure de la diversité de la représentation au sein du conseil d'administration du Groupe en fonction des membres invités au dernier conseil d'administration de l'année.	11
	Femme (%)				45%
	Homme (%)				55%
Nombre d'administrateurs faisant partie de la Commission RSE*	Nombre d'administrateurs	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine	Invitations réunions Commission RSE	Nombre d'administrateurs faisant partie de la Commission RSE	3

2.5. APPENDICE : ALIGNEMENT DES ODD ET DES CIBLES

ODD

Cible de contribution



[3.4](#) : D'ici à 2030, réduire d'un tiers, par la prévention et le traitement, le taux de mortalité prématurée due à des maladies non transmissibles et promouvoir la santé mentale et le bien-être.



[4.3](#) D'ici à 2030, faire en sorte que les femmes et les hommes aient tous accès dans des conditions d'égalité à un enseignement technique, professionnel ou tertiaire, y compris universitaire, de qualité et d'un coût abordable.

[4.4](#) D'ici à 2030, augmenter considérablement le nombre de jeunes et d'adultes disposant des compétences, notamment techniques et professionnelles, nécessaires à l'emploi, à l'obtention d'un travail décent et à l'entrepreneuriat.

[4.7](#) D'ici à 2030, faire en sorte que tous les élèves acquièrent les connaissances et compétences nécessaires pour promouvoir le développement durable, notamment par l'éducation en faveur du développement et de modes de vie durables, des droits de l'homme, de l'égalité des sexes, de la promotion d'une culture de paix et de non-violence, de la citoyenneté mondiale et de l'appréciation de la diversité culturelle et de la contribution de la culture au développement durable.



[5.1](#) Mettre fin, dans le monde entier, à toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes et des filles.

[5.5](#) Garantir la participation entière et effective des femmes et leur accès en toute égalité aux fonctions de direction à tous les niveaux de décision, dans la vie politique, économique et publique.

[5.b](#) Renforcer l'utilisation des technologies clefs, en particulier l'informatique et les communications, pour promouvoir l'autonomisation des femmes.



[8.2](#) Parvenir à un niveau élevé de productivité économique par la diversification, la modernisation technologique et l'innovation, notamment en mettant l'accent sur les secteurs à forte valeur ajoutée et à forte intensité de main-d'œuvre.

[8.3](#) Promouvoir des politiques axées sur le développement qui favorisent des activités productives, la création d'emplois décents, l'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation et stimulent la croissance des microentreprises et des petites et moyennes entreprises et facilitent leur intégration dans le secteur formel, y compris par l'accès aux services financiers.

[8.5](#) D'ici à 2030, parvenir au plein emploi productif et garantir à toutes les femmes et à tous les hommes, y compris les jeunes et les personnes handicapées, un travail décent et un salaire égal pour un travail de valeur égale.

[8.7](#) Prendre des mesures immédiates et efficaces pour supprimer le travail forcé, mettre fin à l'esclavage moderne et à la traite d'êtres humains, interdire et éliminer les pires formes de travail des enfants, y compris le recrutement et l'utilisation d'enfants soldats et, d'ici à 2025, mettre fin au travail des enfants sous toutes ses formes.



[10.2](#) D'ici à 2030, autonomiser toutes les personnes et favoriser leur intégration sociale, économique et politique, indépendamment de leur âge, de leur sexe, de leur handicap, de leur race, de leur appartenance ethnique, de leurs origines, de leur religion ou de leur statut économique ou autre.

ODD

Cible de contribution



[12.2](#) D'ici à 2030, parvenir à une gestion durable et à une utilisation rationnelle des ressources naturelles.

[12.4](#) D'ici à 2020, instaurer une gestion écologiquement rationnelle des produits chimiques et de tous les déchets tout au long de leur cycle de vie, conformément aux principes directeurs arrêtés à l'échelle internationale, et réduire considérablement leur déversement dans l'air, l'eau et le sol, afin de minimiser leurs effets négatifs sur la santé et l'environnement.

[12.6](#) Encourager les entreprises, en particulier les grandes et les transnationales, à adopter des pratiques viables et à intégrer dans les rapports qu'elles établissent des informations sur la viabilité.

[12.8](#) D'ici à 2030, faire en sorte que toutes les personnes, partout dans le monde, aient les informations et connaissances nécessaires au développement durable et à un style de vie en harmonie avec la nature.

[12.b](#) Mettre au point et utiliser des outils de contrôle des impacts sur le développement durable, pour un tourisme durable qui crée des emplois et met en valeur la culture et les produits locaux.



[13.3](#) Améliorer l'éducation, la sensibilisation et les capacités individuelles et institutionnelles en ce qui concerne l'adaptation aux changements climatiques, l'atténuation de leurs effets et la réduction de leur impact et les systèmes d'alerte rapide.



[15.1](#) D'ici à 2020, garantir la préservation, la restauration et l'exploitation durable des écosystèmes terrestres et des écosystèmes d'eau douce et des services connexes, en particulier les forêts, les zones humides, les montagnes et les zones arides, conformément aux obligations découlant des accords internationaux.

[15.2](#) D'ici à 2020, promouvoir la gestion durable de tous les types de forêt, mettre un terme à la déforestation, restaurer les forêts dégradées et accroître considérablement le boisement et le reboisement au niveau mondial.

[15.a](#) Mobiliser des ressources financières de toutes provenances et les augmenter nettement pour préserver la biodiversité et les écosystèmes et les exploiter durablement.

[15.b](#) Mobiliser d'importantes ressources de toutes provenances et à tous les niveaux pour financer la gestion durable des forêts et inciter les pays en développement à privilégier ce type de gestion, notamment aux fins de la préservation des forêts et du reboisement.



[16.5](#) Réduire nettement la corruption et la pratique des pots-de-vin sous toutes leurs formes.

[16.6](#) Mettre en place des institutions efficaces, responsables et transparentes à tous les niveaux.

[16.7](#) Faire en sorte que le dynamisme, l'ouverture, la participation et la représentation à tous les niveaux caractérisent la prise de décisions.

(Source)

2.6. LA TAXONOMIE EUROPÉENNE

2.6.1. Contexte réglementaire

Pour favoriser les investissements durables, le Règlement Taxinomie (règlement (UE) 2020/852) établit un système de classification commun à l'Union européenne permettant d'identifier les activités économiques considérées comme durables. En application de l'article 8 de ce règlement, certaines entreprises, et notamment celles soumises à l'obligation de publier une Déclaration annuelle de Performance Extra-Financière (DPEF) conformément à la directive NFRD, sont tenues de publier à compter du 1er janvier 2022 des indicateurs de durabilité, tels que la part de leurs chiffres d'affaires, de leurs dépenses d'investissement (Capex) et de leurs dépenses opérationnelles (Opex) de l'exercice 2021 associées à des activités éligibles à la taxinomie européenne. Un règlement délégué publié par la Commission Européenne le 6 juillet 2021 fixe le contenu, les modalités de calcul et la présentation de ces indicateurs.

La *Taxinomie verte* définit une activité durable au travers de 6 objectifs environnementaux :

- (i) L'atténuation du changement climatique,
- (ii) L'adaptation au changement climatique,
- (iii) L'utilisation durable et la protection des ressources aquatiques et marines,
- (iv) La transition vers une économie circulaire,
- (v) La prévention et le contrôle de la pollution,
- (vi) La protection des écosystèmes sains ;

Les 5 étapes d'application de la taxinomie verte :

1. Identification des activités éligibles selon les critères établis dans le cadre de la Taxinomie.
2. Mesure de la contribution substantielle des activités considérées éligibles à la première étape aux objectifs d'atténuation ou d'adaptation au changement climatique.
3. Vérification des activités "*do not cause significant harm*" (dnsh), c'est-à-dire, que ne causent pas de préjudice aux autres objectifs de la Taxinomie, selon les annexes techniques.
4. Respect des garanties minimales concernant les aspects sociaux et du droit du travail.
5. Calcul des ratios de la taxinomie verte : le chiffre d'affaires durable, (CA des activités durables/CA total), le CAPEX durable (CAPEX provenant d'activités durables/CAPEX total) et le OPEX durable (OPEX provenant d'activités durables/OPEX total)

La Commission Européenne a adopté, le 4 juin 2021, l'Acte Délégué Climat, qui définit les critères d'examen techniques relatifs aux deux premiers objectifs environnementaux (atténuation du changement climatique et adaptation au changement climatique) et identifié plus de 70 sous-secteurs d'activités économiques représentant 93 % des émissions de gaz à effet de serre sur le territoire de l'Union Européenne et qui nécessitent une action prioritaire (les activités dites « éligibles à la taxinomie européenne »). Les quatre autres objectifs environnementaux feront l'objet ultérieurement d'actes délégués complémentaires.

2.6.2. L'analyse

1.1. Périmètre concerné

Le périmètre d'analyse est identique au périmètre de reporting de la DPEF et du rapport de gestion 2022. Les exclusions de périmètre sont décrites pour chaque indicateur.

1.2. Les activités

Le Groupe commercialise trois offres principales :

1. Magazines (43 % du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le Groupe commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Diffusé principalement en marque blanche, l'abonnement à durée libre est la ligne de produits principale.

2. Assurances (5 % du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Via sa filiale ADLP Assurances, le Groupe propose des produits d'assurance par marketing direct à ses clients et prospects et à ceux de ses partenaires. Cette offre s'appuie sur les savoir-faire historiques du Groupe dans la vente directe de services récurrents pour l'adapter au marché de l'assurance.

3. Marketing digital (53 % du chiffre d'affaires consolidé 2022)

Ces offres regroupent les activités de Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing (mises en œuvre par ADLPartner et ses filiales Brainsonic, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Duhno Marketing, Intelligence Senior, Ividence, Leoo, Reech, Smart Traffik et ADLPartner Hispania). L'ensemble de leurs compétences permet de proposer des solutions cross-canal sur mesure et novatrices afin d'accompagner les entreprises dans leur création de valeur en maximisant la performance de leurs actions marketing et la valorisation de la connaissance client.

À travers ces trois offres, le Groupe occupe une place majeure sur le marché de la data et du marketing, en France et en Espagne, en accompagnant un grand nombre de marques paneuropéennes. A l'horizon 2025, le Groupe a pour ambition de devenir un leader du data marketing en Europe.

1.3. Éligibilité des activités

Une activité économique est considérée comme « éligible » si elle est incluse dans la liste évolutive des activités figurant dans les actes délégués du Règlement Taxinomie. Il s'agit des activités sélectionnées à ce stade par la Commission Européenne, qui sont susceptibles d'apporter une contribution substantielle à chaque objectif environnemental. Une activité économique éligible ne respecte pas nécessairement les critères techniques permettant de considérer qu'elle est alignée avec la taxinomie européenne. À partir de 2022, il est nécessaire d'aller plus loin, en étudiant les critères d'alignement à la taxinomie. Les activités alignées peuvent être considérées comme durables, transitoires ou habilitantes.

Le Groupe a ainsi effectué un examen systématique des activités décrites (secteur, activité, description) dans les actes délégués (Annexe 1 et Annexe 2 du Règlement) en ce qui concerne l'objectif d'atténuation du changement climatique d'une part, et d'adaptation au changement climatique d'autre part en ciblant les activités génératrices de chiffre d'affaires, sans considérer les activités uniquement liées au fonctionnement interne (ces dernières étant prises en compte dans l'analyse liée aux Opex et Capex).

Activités de la nomenclature statistique des activités économiques établie par le règlement (CE) n° 1893/2006 se rapprochant d'une activité du Groupe	Objectifs concernés	Analyse	Résultat de l'analyse
Code Nace J60 Programmation et diffusion	Contribution substantielle à l'adaptation au changement climatique	Cette catégorie comprend la création de contenus ou l'acquisition de droit des diffuser des contenus avant de les diffuser. Le descriptif se focalise sur les contenus radios et télévisés, mais n'exclut pas les contenus au format papier. DÉKUPLE peut, en qualité de Diffuseur, être éligible en tant que partie prenante à la chaîne de valeur de l'activité de diffusion.	Les activités "Magazine" du pôle Abonnement qui font partie de la chaîne de diffusion de contenus sont éligibles
Code NACE K65.12 Assurance autre que sur la vie : couverture des dangers liés au climat	Contribution substantielle à l'adaptation au changement climatique	Cette catégorie comprend la fourniture de services d'assurance autre que l'assurance vie, liée à la couverture de dangers liés au climat. DÉKUPLE est courtier de certaines assurances listées dans le descriptif. DÉKUPLE pourrait donc être éligible à la taxinomie au regard de cette catégorie. Tout d'abord, il est nécessaire de s'assurer que les dangers liés au climat sont bien inclus dans les offres d'assurances de DÉKUPLE. DÉKUPLE peut, en qualité de Courtier, être éligible en tant que partie prenante à la chaîne de valeur de l'activité d'assurance.	Une partie des activités du pôle Assurances qui n'exclut pas les risques climatiques est éligible, i.e. les contrats Décès accidentel et Capital accident
Code NACE J63.11 Traitement de données, hébergement et activités connexes	Contribution substantielle à l'adaptation au changement climatique	Ce descriptif semble correspondre aux activités de DÉKUPLE, qui sont donc éligibles à la taxinomie européenne au regard de cette catégorie. Toutefois, les centres de données récoltées et utilisées par DÉKUPLE sont gérés par un prestataire.	Le Groupe a recours à ces activités, mais sans chiffre d'affaires attaché.

En conclusion, l'activité Magazine ainsi qu'une partie de l'activité Assurances sont éligibles au référentiel de taxinomie.

Les activités sont « alignées », c'est à dire durables, avec l'un des 6 objectifs environnementaux seulement si elles respectent les critères suivants :

- elles contribuent substantiellement à l'atteinte de cet objectif en respectant les critères techniques d'alignement définis pour chaque activité,
- elles ne nuisent à aucun des cinq autres objectifs (critère « Do No Significant Harm »),
- des garanties minimales (ex : principes directeurs de l'OCDE, des Nations Unies, etc.) sont par ailleurs respectées.

Le Groupe a effectué un examen des activités éligibles retenues via le « *Taxonomy Compass* » qui recense l'ensemble des activités européennes éligibles à la durabilité définie par le règlement Taxonomie.

Ainsi, les "Activités de programmation et de diffusion" et « Assurance autre que sur la vie : couverture des dangers liés au climat » sont incluses uniquement pour l'adaptation au changement climatique et non pour l'atténuation du changement climatique.

1.4. Durabilité des activités

Cette année, l'analyse nécessite d'identifier des activités éligibles puis de suivre 3 étapes afin de vérifier l'alignement ou la durabilité. Les 3 étapes sont :

- Mesure de la contribution substantielle

- Vérification des activités “do not cause significant harm” (dnsh),
- Respect des garanties minimales (droits humains)

Et enfin, finaliser avec le calcul les ratios financiers associés : chiffre d'affaires durable, CapEx durable, OpEx durable, pour chacune des activités identifiées et pour chaque objectif. **Le Groupe ne dispose pas, à ce stade, d'un système de reporting suffisamment fin lui permettant de compléter l'analyse.**

2.7. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION DU GROUPE

Société ADLPartner

Exercice clos le 31 décembre 2022

A l'assemblée générale de la société ADLPartner,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Comité d'Accréditation Français ; Accréditation Cofrac validation/vérification n° 3-1861, portée disponible sur le site www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations de nature historique ou extrapolée de la déclaration de performance extra-financière consolidée, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

Limites inhérentes à la préparation de l'information liée à la Déclaration

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente en l'état des connaissances scientifiques et à la qualité des données publiques externes utilisées (ex : les facteurs d'émission de gaz à effet de serre, les trajectoires climatiques sectorielles, ...). Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration (ex : le périmètre de reporting, les extrapolations effectuées sur les consommations d'énergie, les gaz à effet de serre scope 3 reportés...).

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, [et] à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nos travaux sont réalisés en respectant un programme de vérification et les exigences spécifiées associées relatives à la vérification.

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats incluant les indicateurs clés de performance retenue, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques, nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices, à savoir Converteo, ADLPartner et Reech, et couvrent entre 27% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre janvier 2023 et avril 2023 sur une durée totale d'intervention de 2 semaines.

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené 12 entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Fait à Paris, le 14 avril 2023

Le Commissaire aux comptes désigné Organisme tiers indépendant

RSM Paris

Martine Leconte

Directrice département RSE

Associée

Annexe 1 : Liste des informations que nous avons considérées comme les plus importantes

Informations qualitatives et quantitatives (dont indicateurs clés de performance) :

Risques et Enjeux	Indicateurs Quantitatifs	Données qualitatives testées
S1. L'égalité, l'inclusion et la diversité au travail	ICP: - Nouveaux recrutements totaux en CDI - Index égalité H/F	- Converteo a également mis en œuvre un partenariat avec un prestataire pour développer des actions de sensibilisation auprès des salariés sur les problématiques de santé et accompagner les collaborateurs dans la constitution des dossiers RQTH (Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé).
S2. Le respect des droits au travail et le dialogue social	ICP : Nombre de réunions avec le CSE	- Les sociétés du Groupe ont ainsi mis en place leurs outils de communication interne pour multiplier les échanges et favoriser l'accès à l'information.
S3. Promotion d'une vie saine et de l'équilibre vie privée et travail	ICP : Taux de collaborateurs ayant accès au télétravail	- Sur ses sites de Montreuil, de Chantilly et de Toucy, ce sont deux jours télétravaillés par semaine.
S4. Développement professionnel de nos collaborateurs	ICP : Heures moyennes par collaborateur formé	- Converteo permet à ses partenaires et à différents autres acteurs du marché d'intervenir auprès de l'ensemble de ses collaborateurs à l'occasion de sessions plénières bimensuelles.
S5. Volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs	ICP : Montant versé aux initiatives/associations	- Mobilisation des collaborateurs autour d'actions liées au sponsoring du skipper William Mathelin-Moreaux
S6. Certifications et labels de notre performance sociale et environnementale	ICP : Nombre de certifications/labels RSE	- Agence Dékuple Ingénierie Marketing a le label « RSE agences actives.

E1. Réduction de notre empreinte carbone	ICP : % de sociétés appliquant le Forfait Mobilités Durables	- 4 ateliers ont été tenus au cours de l'exercice afin de valider 4 plans d'action, chacun avec des objectifs chiffrés à 3 ans.
E2. Sobriété énergétique et des ressources	ICP : Quantité de mailings imprimés sur du papier issu de fibres recyclées ou de forêts gérées durablement	- Des actions ont été identifiées (pour baisser les consommations de l'UES Dekuple) pour les 3 sites de Montreuil, Chantilly et Toucy, certaines immédiatement applicables, d'autres à l'étude
E3. Réduction des déchets et des polluants	ICP : Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par alternatives éco	- Le tri et la collecte des déchets sont en place sur les sites de Montreuil et de Chantilly
E4. Sensibilisation de nos collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux actuels	ICP : Nombre d'ateliers et activités proposés	- Un réseau de communication collaboratif permet de sensibiliser et impliquer les équipes au projet environnemental.
E5. Contribution à la protection/récupération des ressources naturelles et de la biodiversité	ICP : Liste d'initiatives/organisations soutenues	- 2 projets sont ainsi soutenus : 1 concerne la forêt d'Ermenonville dans le cadre du programme « Planter et régénérer pour demain »
G1. La RSE au sein des politiques de l'entreprise	ICP : Nombre de communications (newsletters) traitant le sujet RSE	- Le comité Groupe RSE s'étendra avec la participation des dirigeants de chaque pôle d'activité
G2. Dialogue permanent avec les parties prenantes	ICP : Nombre de parties prenantes consultées	- Un questionnaire pour entretenir ce plan de dialogue avec les parties prenantes a été mis en œuvre en décembre 2022 et exploité une première fois
G3. Renforcement de notre éthique et transparence	ICP : Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite	- Les taux de rémunération des transactions intra-Groupe font l'objet d'une étude comparative pour assurer la cohérence de ces pratiques
G4. Veille sur la confidentialité des données	ICP : Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité	- Un RSSI convoque mensuellement un comité de sécurité informatique
G5. Une gestion cohérente et participative	ICP : Nombre d'administrateurs faisant partie de la Commission RSE	- Le conseil d'administration de DÉKUPLE est composé de onze administrateurs, dont six indépendants



3. RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

3.1.	PRÉSENTATION DE LA GOUVERNANCE.....	149
3.2.	LE CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	150
3.3.	LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2022.....	155
3.4.	RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER	156
3.5.	INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES.....	163

3.1. PRÉSENTATION DE LA GOUVERNANCE

La société ADLPartner SA est depuis le 11 décembre 2020 une société anonyme à conseil d'administration. Elle était au préalable une société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

La société est dirigée par Monsieur Bertrand Laurioz, Président Directeur Général. Lors de sa réunion du 11 décembre 2020, le conseil d'administration a décidé de ne pas dissocier les fonctions de Président et Directeur Général.

Le mandat de Président Directeur Général de Monsieur Bertrand Laurioz, d'une durée égale à celui de son mandat d'administrateur, expirera le jour de l'assemblée générale annuelle ordinaire de la société devant se prononcer en 2023 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2022. Dans sa réunion du 31 mars 2023, le conseil d'administration a proposé à l'assemblée générale de renouveler le mandat de l'ensemble des membres du conseil d'administration, à l'exception du mandat de Madame Robin Smith, cette dernière ayant fait part de son souhait de ne pas être renouvelé.

A titre interne, six directions commerciales sont rattachées à Monsieur Bertrand Laurioz :

- un pôle Service Marketing France
- un pôle Presse
- un pôle Conseil et Technologie
- un pôle Assurance
- un pôle Service Marketing Iberia
- Un pôle Engagement Marketing

ainsi que trois directions centrales

- une direction de la stratégie, du marketing et de la communication ;
- une direction des ressources humaines ;
- une direction générale adjointe en charge des finances, du M&A et des systèmes d'information.

Le cabinet RSM Paris et la société Grant Thornton sont les commissaires aux comptes titulaires de la société.

Le cabinet RSM Paris, a pris ses fonctions en juillet 2015, suite à la démission du cabinet Boissière Expertise Audit (BEA). Son mandat a été renouvelé le 15 juin 2018 pour une période de 6 exercices se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2024 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023.

Le mandat de commissaire aux comptes titulaire de la société Grant Thornton a été renouvelé lors de l'assemblée générale de la société du 17 juin 2022 pour une nouvelle période de 6 exercices. se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2029 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028.

Il est précisé qu'il s'agit du dernier mandat du cabinet Grant Thornton dans la mesure où le cabinet atteindra la durée maximale autorisée par la réglementation applicable (article L 823-3-1 II du Code de commerce, article 53 4° de l'ordonnance 2016-315 du 17 mars 2016 et article 41 du règlement européen UE/2014 du 16 avril 2014), ayant commencé sa mission de commissaire aux comptes pour le compte de la société ADLPartner le 17 avril 1998.

3.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

3.2.1. Composition, conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil

A la date du 31 mars 2023, le conseil d'administration se trouve composé des personnes suivantes : Identité des membres du conseil	Membre indépendant (oui/non)	Année première nomination	Echéance du mandat***	Comité d'audit (membre / président)	Comité des nominations et rémunérations (membre / président)	Comité du développement	Comité RSE
Bertrand Laurioz Président Directeur Général	Non	2020*	2023			Président	
Robin Smith Membre du conseil	Oui	2005**	2023	Membre	Présidente		
Stéphane Treppoz Membre du conseil	Oui	2020	2023			Membre	
Claire Vigneron Brunel Membre du conseil	Non	2005**	2023				Présidente
Xavier Gandillot Membre du conseil	Oui	2020	2023		Membre		
Roland Massenet Membre du conseil	Oui	2009**	2023	Président		Membre	
Caroline Desaegher Membre du conseil	Oui	2017**	2023				Membre
Delphine Grison Membre du conseil	Oui	2020	2023	Membre			
Marc Vigneron Membre du conseil	Non	2019**	2023				
Isabelle Vigneron Laurioz Membre du conseil	Non	2019**	2023				Membre
Dinesh Katiyar Censeur	N/A	2009**	2023			Membre	

* étaient préalablement membre du directoire de la société

**année de nomination en qualité de membre du conseil de la société

***à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2023 sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2022

Avec effet au 1^{er} juillet 2022, Monsieur Philippe Vigneron a démissionné de ses fonctions de vice-président et membre du conseil d'administration.

Le conseil est ainsi dorénavant composé de 4 membres représentant le groupe familial Vigneron, actionnaire à plus de 70%, et de 6 membres indépendants. La notion de membre indépendant est celle retenue par le "Code de gouvernement d'entreprise " (version du mois de septembre 2021) établi par Middlednext auquel la société a choisi de se référer (voir ci-après) à savoir :

- ne pas avoir été, au cours des cinq (5) dernières années, et ne pas être salarié ni mandataire social dirigeant de la société ou d'une société du Groupe DÉKUPLE ;
- ne pas avoir été, au cours des deux (2) dernières années, et ne pas être en relation d'affaires significative avec la société ou une société du Groupe DÉKUPLE (client, fournisseur, concurrent, prestataire, créancier, banquier, etc...) ;
- ne pas être actionnaire de référence de la société ou détenir un pourcentage de droit de vote significatif ;
- ne pas avoir de relation de proximité ou de lien familial proche avec un mandataire social ou un actionnaire de référence ;
- ne pas avoir été, au cours des six (6) dernières années, commissaire aux comptes d'ADLPartner.

La proportion de femmes membre du conseil est de plus de 40%, en conformité avec la réglementation applicable et en application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes que le conseil applique.

En 2022, le conseil d'administration s'est réuni 4 fois aux dates ci-après et avec des ordres du jour qui ont été principalement consacrés :

- le 25 mars, à l'arrêté des comptes 2021 et à la marche des affaires du 1^{er} trimestre ; la séance a également eu pour objet de faire le point sur le mandat de commissaire aux comptes du cabinet Grant Thornton et sur le fonctionnement du conseil, de faire le point sur la succession des dirigeants, sur les points de vigilance du code Middlednext, de revoir les conflits d'intérêts connus et l'indépendance des membres du conseil, d'examiner la politique de la société en matière d'égalité professionnelle et salariale, et d'examiner les conventions réglementées autorisées antérieurement dont l'exercice a été poursuivi au cours de l'exercice 2021 ainsi que la procédure d'évaluation des conventions courantes conclues à des conditions normales ; diverses autorisations ont été données au titre des cautions, avals et autres garanties ainsi qu'au titre de différentes opérations (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 17 juin, à l'évolution des activités ; autorisation concernant l'opération d'acquisition de la société Brainsonic SAS ; à l'avis du comité d'entreprise sur la situation économique et financière de l'entreprise ainsi que sur sa stratégie (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 30 septembre, à l'arrêté des comptes semestriels ; à l'évolution des activités ; à diverses opérations de croissance externe (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 16 décembre, à l'évolution des activités ; à l'examen des budgets de l'exercice 2022 ; à diverses opérations de croissance externe, à la création d'un comité RSE et à la mise à jour du Règlement Intérieur du conseil, à la rémunération du président directeur général ; à la répartition de la rémunération des administrateurs et du censeur (ex jetons de présence) ; à l'attribution gratuite d'actions aux collaborateurs et mandataires sociaux du groupe et à l'autorisation d'une convention réglementée (taux de présence des membres du conseil : 100%).

A chaque réunion, le Président directeur général a fait également le point sur la marche des affaires ; enfin, il a toujours communiqué une estimation révisée des résultats prévisionnels annuels et un point sur la situation de trésorerie, les plans de financement et les documents de gestion prévisionnelle. En outre, la direction générale soumettait au conseil, qui les discutait, les avis financiers qui faisait l'objet de publications.

Il est adressé aux membres du conseil, la semaine précédant les réunions, l'ensemble des documents qui seront examinés, ce qui lui permet de consacrer le temps des séances à des commentaires et à des échanges de vues plutôt qu'à la présentation de chiffres ; la mise à disposition des documents se fait électroniquement évitant ainsi la diffusion de dossiers sur papier.

Le secrétariat du conseil est assuré par le conseil juridique du Groupe. Les procès-verbaux des débats de chaque réunion sont soumis pour approbation au commencement de chaque séance suivante.

Le montant total des rémunérations (ex jetons de présence) octroyées aux membres du conseil en 2022 a été de 170 000 euros, conformément au montant voté par l'assemblée générale du 17 juin 2022 et conformément à la politique de rémunération des mandataires sociaux approuvés par l'assemblée générale.

3.2.2. Principes de gouvernance

1. Le Code de gouvernance

Dans sa séance du 25 mars 2022, le conseil d'administration de la société a décidé l'adoption de la nouvelle version de septembre 2021 du "Code de gouvernement d'entreprise" établi par MiddleNext (le "Code de gouvernance MiddleNext")⁶ comme code de référence de la société pour l'établissement du présent rapport (la société se référant préalablement à la précédente version dudit code).

La Société applique l'intégralité des recommandations posées par le Code de gouvernance MiddleNext à l'exception toutefois de la recommandation concernant la présidence du Comité RSE (le code préconisant un membre indépendant), ce poste étant occupé par un membre représentant l'actionnaire majoritaire (Madame Claire Vigneron-Brunel) compte tenu du caractère stratégique du domaine pour le groupe Dékuple. On notera également que pour la présentation des éléments de rémunération des dirigeants et mandataires sociaux de la société, il a été décidé de conserver dans une certaine mesure la présentation historique de ces éléments, inspirée initialement du code AFEP-MEDEF et plus exhaustive, et de ne pas reprendre celle issue du Code de gouvernance MiddleNext.

2. Le règlement intérieur du conseil

Dans sa séance du 16 décembre 2022, suite à la création d'un Comité RSE, le conseil a mis à jour le règlement intérieur du conseil.

Ce règlement précise notamment les principes régissant le fonctionnement du conseil, ainsi que les droits et devoirs de ses membres, notamment en matière de déclaration et de gestion des conflits d'intérêts au sein du conseil.

Chaque membre du conseil est ainsi tenu d'informer le président de toute situation le concernant susceptible de créer un conflit d'intérêts avec la société ou une des sociétés du Groupe ; le président recueille alors l'avis des autres membres du conseil. Il appartient au membre du conseil intéressé, à l'issue de cette démarche, d'agir en conséquence dans le cadre de la législation applicable, le membre du conseil intéressé pouvant notamment s'abstenir de participer aux délibérations, et, le cas échéant, démissionner. Chaque année, le conseil effectue une revue des conflits d'intérêts ainsi déclarés.

Le règlement intérieur rappelle en outre la disposition statutaire listant les décisions pour lesquelles le directeur général doit requérir l'autorisation du conseil, outre les autorisations prévues par la loi. Il s'agit des décisions suivantes :

- acheter ou échanger tout immeuble, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- acheter, vendre ou échanger tout fonds de commerce, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- vendre ou échanger toute participation dans toute société contrôlée au sens de l'article L.233-3 I du Code de commerce, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- procéder à toute introduction sur un marché réglementé français ou étranger des actions d'une filiale ;
- décider et/ou souscrire à toute augmentation de capital pour une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut pour une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros ;
- décider de la dissolution ou de la fusion de toute société contrôlée au sens de l'article L.233-3 I du Code de commerce (hors opérations de restructuration internes au Groupe DÉKUPLE) ;

⁶ Le Code de gouvernance MiddleNext peut être consulté au siège social ou auprès de l'association MiddleNext (www.middlenext.com)

- acheter toute participation dans toute société pour une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut pour une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros (en prenant en compte à la fois les paiements comptants et à terme) ;
- conclure tout emprunt d'une durée supérieure à un an et d'une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut d'une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros ; et
- prendre tout engagement financier nouveau d'une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut d'une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros.

Le règlement intérieur du conseil d'administration a été rendu public et mis en ligne sur le site Internet de la société à l'adresse www.dekuple.com/investisseurs.

3. Les comités spécialisés

Dans ses séances du 11 décembre 2020 et du 16 décembre 2022, le conseil d'administration a décidé la création des quatre comités spécialisés suivants : le comité d'audit, le comité des nominations et rémunérations, le comité développement et le Comité RSE.

Comité d'audit

Le comité d'audit aide le conseil à veiller à l'exactitude et à la sincérité des comptes annuels et consolidés de la société et à la qualité de l'information délivrée. Il est notamment chargé des tâches suivantes :

- Il suit le processus d'élaboration de l'information financière et, le cas échéant, formule des recommandations pour en garantir l'intégrité ;
- Il suit l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, sans qu'il soit porté atteinte à son indépendance ;
- Il émet une recommandation sur les commissaires aux comptes proposés à la désignation par l'assemblée générale conformément à la réglementation applicable ;
- Il suit la réalisation par le commissaire aux comptes de sa mission, conformément à la réglementation applicable ;
- Il s'assure du respect par le commissaire aux comptes des conditions d'indépendance conformément à la réglementation applicable ;
- Il rend compte régulièrement au conseil de l'exercice de ses missions ;
- Il rend également compte au conseil des résultats de la mission de certification des comptes, de la manière dont cette mission a contribué à l'intégrité de l'information financière et du rôle qu'il a joué dans ce processus ; il l'informe sans délai de toute difficulté rencontrée.

Le comité d'audit est actuellement composé des 3 membres du conseil suivants :

- Monsieur Roland Massenet, président ;
- Madame Robin Smith, membre indépendant ;
- Madame Delphine Grison, membre indépendant.

Ces trois personnes ont toutes d'indéniables compétences en matières financières et comptables, tant compte tenu de leur formation que de leur parcours professionnel.

Le comité d'audit a tenu 2 réunions en 2022, les 24 mars et 29 septembre. La première a été consacrée à l'examen des comptes annuels 2021 et la seconde à celui des comptes semestriels au 30 juin 2022.

Le comité d'audit est systématiquement consulté, avant publication, sur le texte des avis financiers préparés par la direction. Toutefois, il n'est pas intervenu concernant la communication financière faite aux analystes.

Comité des nominations et des rémunérations

Le comité des nominations et des rémunérations propose au conseil les conditions de rémunération des mandataires sociaux. Il étudie également les modalités de nomination de nouveaux mandataires sociaux.

Le comité des nominations et des rémunérations est actuellement composé des 2 membres du conseil suivants :

- Madame Robin Smith, présidente ;
- Monsieur Xavier Gandillot, membre indépendant.

Le comité des nominations et des rémunérations s'est réuni une fois en 2022, le 25 novembre.

Comité du développement

Le comité développement a pour principe objet de préparer les réunions du conseil et de donner un avis sur les perspectives de développement de nouvelles activités et les opérations de croissances externes de la Société et du Groupe Dékuple.

Le comité du développement est actuellement composé des 4 membres et censeur du conseil suivants :

- Monsieur Bertrand Laurioz, président ;
- Monsieur Stéphane Treppoz, membre indépendant ;
- Monsieur Rolland Massenet, membre indépendant ;
- Monsieur Dinesh Katiyar, censeur.

Le comité développement s'est réuni 3 fois en 2022, les 22 mars, 15 juin et 27 septembre.

Comité RSE

Le comité RSE a pour principal objet de préparer les réunions du conseil et de donner un avis pour toutes questions relatives à la responsabilité sociale/sociétale et environnementale (RSE) afin que la Société et les entités du groupe Dékuple anticipent au mieux les opportunités, enjeux et risques qui y sont associés. Le comité RSE sera également en charge d'assurer le suivi de la politique sociale/sociétale de la Société et du groupe Dékuple. Il appartient au comité RSE de réfléchir au partage de la valeur créée au sein du groupe Dékuple et de travailler si nécessaire en lien avec les autres comités.

Le comité RSE est actuellement composé des 3 membres du conseil suivants :

- Madame Claire Vigneron-Brunel, présidente ;
- Madame Isabelle Vigneron-Laurioz ;
- Madame Caroline Desaezgher, membre indépendante ;

Le comité RSE s'est réuni pour la première fois le 12 décembre 2022.

3.3. LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2022

Prénom & Nom	Mandats actuels au sein d'ADLPartner	Mandats et fonctions actuels au sein d'autres sociétés
M. Philippe Vigneron	Vice Président du conseil d'administration jusqu'au 30 juin 2022	<p>Directeur Général de la SAS Sogespa - Membre et Président du conseil d'administration</p> <p>Gérant de la SARL CJIV</p> <p>Gérant de la SARL Chine Abonnements</p> <p>Président du conseil de surveillance de la SAS CEDRE</p> <p>Gérant de la SCI du 6 rue Clément Ader</p> <p>Gérant de la SCI du 18 rue de la Fosse aux Loups</p> <p>Membre du conseil de surveillance de la SAS Groupe Cedre-Loxy</p>
M. Bertrand Laurioz	Président Directeur Général	<p>Gérant de la SCI LCM</p> <p>Président de la SAS Dekuple Conseil et Technologie (ex ADLP Digital)</p> <p>Gérant de la SARL Dekuple Ingenierie Marketing (ex Hubinvest)</p> <p>Directeur Général de la SAS Sogespa - membre du conseil d'administration</p> <p>Président ADLP Assurances</p> <p>Membre du conseil d'administration de la SAS Convertio</p> <p>Gérant d'ADLPartner Hispania</p> <p>Gérant de ADLPERFORMANCE, UNIPESSOAL LDA (Portugal)</p> <p>Représentant de la SA ADLPartner en qualité de membre du Comité stratégique de la SAS LABORATOIRES YSSENA</p> <p>Gérant de la SCI de la Rue de Chartres</p> <p>Président de la SAS ADLP Telesurveillance</p> <p>Représentant de la SAS Dekuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS Rocket Marketing</p> <p>Représentant de la SAS Dekuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS E-Retail Development</p> <p>Représentant de la SAS Dekuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS Brainsonic</p>
Mme Robin Smith	Administrateur	Board Member Publishers Clearing House (USA) jusqu'à fin 2021
Mme Claire Brunel	Administrateur	<p>Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa</p> <p>D.R.H. et membre du directoire de la SAS Cèdre</p>
M. Marc Vigneron	Administrateur	<p>Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa</p> <p>Data Scientist - Allianz SE</p>
Mme Isabelle Laurioz	Administrateur	Présidente et membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa
M. Dinesh Katiyar	Censeur	<p>Partner, Accel</p> <p>Director, Mindtickie</p> <p>Director, Entyle</p> <p>Director, vComply</p>
M. Roland Massenet	Administrateur	Président de Incenteev SAS (anciennement LogSafe SAS)
Mme Caroline Desaezgher	Administrateur	Directrice Communication & Expérience Patients de Vivalto Santé
Mme. Delphine Grison	Administrateur	<p>Présidente de DGTL Conseil</p> <p>Administratrice de la société SOLOCAL GROUP</p> <p>Membre de l'Advisory Board de Centreon</p> <p>Administratrice de Pierre et Vacances - Center Parcs</p>
M. Xavier Gandillot	Administrateur	Président de Twice Again
M. Stéphane Treppoz	Administrateur	<p>Administrateur de ISAI PARTNERS (SAS)</p> <p>Gérant de CARPE DIEM INVESTISSEMENTS (SC)</p> <p>Gérant de LE REVESTEL CAP CANAILLE (SARL)</p> <p>Représentant permanent de la société AUSSPAR, elle-même Administrateur, de BUNSHA INTERNATIONAL (SA)</p>

3.4. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER

3.4.1. Rémunération du président directeur général et du vice-président du conseil pour les exercices 2021 et 2022

<u>Rémunérations dues</u> <u>au titre des exercices 2021 et 2022</u>		Ph. Vigneron		B. Laurioz	
En Euros		2022	2021	2022	2021
Rémunération Fixe (Brute)			125 000	345 000	340 650
Rémunération Variable (Brute)				177 646	259 733
Rémunération Exceptionnelle (Brute)				103 500	69 000
Avantages En Nature (Voiture)				7 747	7 092
Jetons De Présence	12 000	16 000		-	-
Total	12 000	141 000		633 893	676 475
Valorisation Des Droits À Actions*				207 000	207 000
Total	12 000	141 000		840 893	883 475
Proportion variable / total		0%	0%	58%	61%
Par rapport à rem mediane		x0,2	x2,2	x13,3	x14,0
Par rapport à moyenne		x0,1	x1,7	x10,2	x10,7

* La moitié des actions gratuites attribuées sont soumises à des critères de performance basés actuellement principalement sur la « création de valeur consolidée au titre des deux exercices suivants leur attribution

<u>Rémunérations versées</u> <u>au cours des exercices 2021 et 2022</u>		Ph. Vigneron		B. Laurioz	
En Euros		2022	2021	2022	2021
Rémunération Fixe (Brute)			125 000	345 000	340 650
Rémunération Variable (Brute)				259 733	190 255
Rémunération Exceptionnelle (Brute)				69 000	98 100
Avantages En Nature (Voiture)				7 747	7 092
Jetons De Présence	12 000	16 000		-	-
Total	12 000	141 000		681 480	636 097

<u>Options d'achats d'actions attribuées au titre des exercices 2021 et 2022</u>	B. Laurioz	
	2022	2021
N° Et Date Du Plan		
Valorisation Des Options Selon La Méthode Retenue Dans Les Comptes Consolidés (En Euros)	Néant	Néant
Nombre D'options Attribuées Au Titre De L'exercice		
Période D'exercice		
Prix D'exercice (En Euros)		

<u>Actions attribuées gratuitement au titre des exercices 2021 et 2022</u>	B. Laurioz	
	2022	2021
N° Et Date Du Plan	B 2022 16/12/2022	B 2021 15/12/2021
Nombre De Droits Attribués	6 900	10 350
Date D'acquisition Des Droits Et De Disponibilité Des Actions	01/05/2025	01/05/2024
Valorisation Des Droits Selon La Méthode Retenue Pour Les Comptes Consolidés (En Euros)*	207 000 €	207 000 €
Conditions De Performance	Oui	Oui

* La moitié des actions gratuites attribuées sont soumises à des critères de performance basés actuellement principalement sur la « création de valeur consolidée au titre des deux exercices suivants leur attribution

<u>Options d'achats d'actions levées au cours des exercices 2021 et 2022</u>	B. Laurioz	
	2022	2021
N° Et Date Du Plan		
Nombre D'options Levées Durant L'exercice	Néant	Néant
Prix D'exercice		
Année D'attribution		

Il est précisé qu'aucune autre entité du Groupe qu'ADLPartner (et ce y compris des entités comprises dans le périmètre de consolidation) ne verse de rémunération aux mandataires sociaux.

3.4.2. Tableau récapitulatif des indemnités ou des avantages au profit du président directeur général et du vice président du conseil

Président directeur général et vice-président du conseil	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire		Indemnités de non-concurrence		Indemnités de départ	
	oui	non	oui	non	oui	non	oui	Non
LAURIOZ Bertrand Date de début de mandat : 2020* Date de fin de mandat : 2023*		X	X ⁽¹⁾			X	X ⁽²⁾	
VIGNERON Philippe Date de début de mandat : 1996* Date de fin de mandat : 1 ^{er} Juillet 2022*		X		X		X		X

* Cf. le tableau de l'article 3.2.1 ci-dessus pour des précisions sur la durée des mandats.

⁽¹⁾ B. Laurioz bénéficie d'un régime de retraite supplémentaire comme l'ensemble des collaborateurs « cadres » d'ADLPartner. Il s'agit d'un régime à cotisations définies (article 83) souscrit auprès du groupe d'assurances AXA. La cotisation d'ADLPartner pour cette assurance s'est élevée en 2021 à 15 220 € pour B. Laurioz.

⁽²⁾ Cf. informations sur ce point figurant au paragraphe 3.4.4 4 ci-après

3.4.3. Tableau sur les rémunérations (ex jetons de présence et autres rémunérations) perçues par les mandataires sociaux non dirigeants (membres du conseil d'administration autres que le président et le vice-président)

<u>Au titre des exercices 2021 et 2022</u>	Claire Brunel		Marc Vigneron		Isabelle Laurioz	
En Euros	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	13 000	13 000	13 000	9 000	13 000	13 000
Total	13 000	13 000	13 000	9 000	13 000	13 000

<u>Au titre des exercices 2021 et 2022</u>	Stéphane Treppoz		Robin Smith		Dinesh Katiyar	
En Euros	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Autres rémunérations	32 500	35 200				
Rémunération au titre du mandat	16 000	16 000	20 000	20 000	16 000	16 000
Total	48 500	51 200	20 000	20 000	16 000	16 000

<u>Au titre des exercices 2021 et 2022</u>	Delphine Grison		Roland Massenet		Caroline Desaegeher	
En Euros	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	18 000	18 000	20 000	20 000	13 000	13 000
Total	18 000	18 000	20 000	20 000	13 000	13 000

<u>Au titre des exercices 2021 et 2022</u>	Xavier Gandillot	
En Euros	2022	2021
Autres rémunérations		
Rémunération au titre du mandat	16 000	16 000
Total	16 000	16 000

3.4.4. Politique de rémunération des mandataires sociaux

1. Principes

Les éléments de rémunération des mandataires sociaux d'ADLPartner et la politique de rémunération sont déterminés par le conseil d'administration, sur recommandation du comité des nominations et des rémunérations. Ce comité, dont la composition, les missions et les travaux sont décrits ci-avant est composé en majeure partie de membres indépendants.

Les diverses conditions appliquées aux rémunérations des mandataires sociaux et des cadres dirigeants s'appuient sur les recommandations de la société spécialisée Towers Watson et se réfèrent ainsi à des conditions de marché applicables à des sociétés exerçant dans des conditions proches de celles d'ADLPartner. A ce titre, les conditions de rémunération et d'emploi des salariés de la Société, et notamment les cadres dirigeants, sont pris en compte pour déterminer les rémunérations des mandataires sociaux.

La politique de rémunération des mandataires sociaux d'ADLPartner est conçue pour accompagner durablement sa stratégie ainsi que celle du groupe auquel elle appartient et servir aux mieux l'intérêt social. Elle contribue à la pérennité

de la société et s'inscrit dans sa stratégie commerciale. Elle vise notamment à aligner les intérêts des mandataires sociaux avec ceux des actionnaires en intégrant une corrélation entre la performance et la rémunération tout en assurant une offre compétitive permettant de recruter et garder les meilleurs talents.

Les méthodes d'évaluation à appliquer pour déterminer dans quelle mesure il a été satisfait aux critères de performance prévus pour la rémunération variable et la rémunération en actions sont propres à chaque type de rémunération et sont décrites ci-après. Il appartient en général à la direction générale, en lien avec la direction financière du groupe, de calculer les montants revenant au bénéficiaire ou de vérifier si les critères de performance ont été atteints, conformément aux règles déterminées par le conseil, dès lors que ces règles sont objectives. Dans le cas contraire, notamment pour le bonus discrétionnaire, il appartient au conseil de le déterminer sur la base des principes convenus.

La présente politique de rémunération, cohérente avec les pratiques passées de la société et du groupe, a été confirmée par le conseil d'administration dans sa réunion du 26 mars 2021. Elle fera l'objet d'une revue autant de fois que nécessaire et au minimum une fois par an.

Il est précisé que les rémunérations attribuées et perçues par les mandataires sociaux dirigeants et non dirigeants pour l'exercice 2022 telles que décrites ci-avant sont conformes avec les principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution préalablement approuvés par l'assemblée générale de la société du 17 juin 2022.

2. Monsieur Philippe Vigneron, vice-président du conseil d'administration

En sa qualité de vice-président du conseil d'administration, hors rémunérations attribuées à l'ensemble des membres du conseil (ex jetons de présence), Monsieur Philippe Vigneron a eu le droit à l'usage d'un véhicule de fonction, au remboursement de ses frais pour le compte de la société ainsi que la possibilité de pouvoir disposer d'une secrétaire, sur la base de l'équivalent d'un mi-temps, et ce pendant toute la durée de son mandat (soit jusqu'au 30 juin 2022).

3. Monsieur Bertrand Laurioz, président directeur général

La rémunération de Monsieur Bertrand Laurioz, président directeur général, est composée d'une partie fixe et d'une partie variable (bonus). Elle lui est versée intégralement au titre de ces mandats.

- Depuis le 1^{er} janvier 2023, la rémunération fixe de Monsieur Bertrand Laurioz s'élève à un montant brut annuel de 355.350 euros ; elle était auparavant depuis le 1^{er} avril 2021 de 345.000 euros brut annuel ;
- Au titre de l'exercice 2022 (devant être payée en 2023) et pour les exercices suivants, les modalités de détermination de la rémunération variable sont égales à la somme de deux composantes suivantes :
 - a. Une composante calculée en fonction du degré d'atteinte de la création de valeur opérationnelle groupe ADLPartner (le « Groupe ») budgétée : L'atteinte de moins de 75% de l'objectif ne donne pas droit à un bonus ; au-delà de 75% le bonus est égal à un pourcentage de la rémunération fixe annuelle dépendant du degré d'atteinte du budget présenté au conseil, ce pourcentage est de : (i) 12% entre 75% et 89,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (ii) 18% entre 90% et 109,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (iii) 24% entre 110% et 119,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (iv) 32% entre 120% et 129,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, et (v) 40% à partir et au-delà de l'atteinte de 130% de la création de valeur opérationnelle budgétée ;
 - b. Une composante calculée comme un intéressement sur la création de valeur opérationnelle constatée à la fin de chaque exercice ; le taux d'intéressement est de 1,55% appliqué à la création de valeur telle que définie ci-dessus.

A ces éléments, le conseil peut ajouter chaque année un bonus discrétionnaire destiné à reconnaître la contribution du président à la réalisation d'objectifs stratégiques dont l'effet n'est pas immédiatement mesurable au niveau des indicateurs financiers de l'exercice. Le montant de ce bonus est laissé à l'appréciation du conseil. Il est en général d'un

ordre de grandeur proche de 20% de la rémunération fixe. Le total des deux composantes de la rémunération variable éventuellement majoré du bonus discrétionnaire est limité à 150% de la rémunération fixe. Pour 2022, le bonus discrétionnaire s'est élevé à un montant brut de 103.500 euros.

Monsieur Bertrand Laurioz dispose en outre d'une voiture de fonction.

Le conseil d'administration s'interroge fréquemment (en général chaque année), après avis du comité des rémunérations, sur l'opportunité de faire évoluer la rémunération fixe ou variable (notamment les modalités de la détermination de la part variable, tant quant à la nature des critères de la rémunération variable qu'à ses seuils ou montants) de Monsieur Bertrand Laurioz. Une telle modification fait partie de la politique de rémunération de Monsieur Bertrand Laurioz.

Monsieur Bertrand Laurioz se voit en principe également attribuer chaque année, au même titre que les principaux collaborateurs du Groupe, des actions gratuites de la société. Leur nombre fait l'objet d'une discussion annuelle, leur valeur étant déterminée en fonction d'un % de leur rémunération fixe et devant correspondre environ à 60 % de sa rémunération fixe annuelle. La moitié des actions gratuites attribuées sont soumises à des critères de performance basées actuellement sur la « création de valeur consolidée (part du groupe) » au titre des deux exercices suivants leur attribution. Leur période d'acquisition (sauf cas de décès, de départ à la retraite ou d'invalidité) se termine à la fin du 1er semestre suivant ces deux exercices (soit une durée totale d'environ 2 ans et demi), une fois les comptes connus permettant de confirmer ou non l'atteinte des critères de performance définis par le conseil. Aucune période de conservation n'est actuellement prévue, sauf l'obligation pour Monsieur Bertrand Laurioz de conserver 25% des actions ainsi attribuées au nominatif jusqu'à la cessation de ses fonctions conformément à la décision du conseil. La définition des critères de performance et la durée des périodes de conservation font l'objet d'une analyse à chaque attribution par le conseil et peuvent donc évoluer dans le futur si l'intérêt de la société l'exige.

Monsieur Bertrand Laurioz bénéficie enfin d'un régime de retraite supplémentaire comme l'ensemble des collaborateurs « cadres » d'ADLPartner. Il s'agit d'un régime à cotisations définies (article 83) souscrit auprès du groupe d'assurances AXA.

Il est rappelé que le mandat de Président Directeur Général de Monsieur Bertrand Laurioz est d'une durée égale à celui de son mandat d'administrateur et expirera le jour de l'assemblée générale annuelle ordinaire de la société devant se tenir en 2023 et prononcer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2022. Le conseil a la faculté de le révoquer à tout moment de son mandat de président directeur général. Il en est de même pour l'assemblée générale de son mandat d'administrateur

4. Indemnités en cas de cessation des fonctions de Monsieur Bertrand Laurioz

Le conseil d'administration du 11 décembre 2020, conformément à l'accord préalablement donné par le conseil de surveillance de la société a confirmé allouer à Monsieur Bertrand Laurioz les avantages ci-après dont le bénéfice est subordonné au respect des conditions suivantes, définies conformément aux dispositions de l'article L225-42-1 du Code de Commerce :

Les avantages suivants sont limités à deux années de rémunération (fixe et variable inclus), et ce en conformité avec les recommandations du Code de gouvernement d'entreprise auquel se réfère la société.

Dans le cadre de l'application des règles ci-après exprimées, le mot « résultat » est défini comme suit : le résultat est déterminé sur la base des comptes consolidés après déduction des intérêts minoritaires. Il s'agit du résultat opérationnel bénéficiaire auquel est ajoutée la variation de valeur avant IS - entre le 1/1 et le 31/12 de chacune des années considérées - des portefeuilles d'abonnements détenus par les différentes entités du Groupe ADLPartner, telle qu'elle figure dans les annexes du rapport annuel de la société ADLPartner.

Il est rappelé que Monsieur Bertrand Laurioz a été nommé aux fonctions de président directeur général de la société ADLPartner lors de sa réunion en date du 11 décembre 2020.

A ce titre, le conseil d'administration a fixé comme suit le montant des indemnités (« rémunérations différées ») qui lui serait versé dans les cas de cessation de son mandat définis ci-après :

1.1. Si le mandat prend fin pour quelque cause que ce soit autre que par suite du changement du contrôle de la société au sens de l'article L233-16 du Code de commerce et à l'exclusion du cas de rupture à l'initiative de l'intéressé.

1.1.1. Aussi longtemps que le « résultat » de l'exercice clos au titre de l'année N-1, précédent celui au cours duquel est intervenue la cessation du mandat (année N), est supérieur ou égal à 50 % du résultat de l'année N-2, la rémunération différée sera égale au moins à trois années de la partie fixe de sa rémunération brute au jour de la cessation de son mandat, augmentée d'un montant égal à deux fois le montant du bonus qui lui a été versé au titre de l'année N-1.

1.1.2. Si le « résultat » de l'année N-1 est inférieur à 50 % - mais supérieur ou égal à 20 % - du résultat de l'année N-2, la rémunération différée sera égale à au moins deux années de la partie fixe de sa rémunération brute au jour de la cessation de son mandat.

1.1.3. A l'exclusion des cas visés au paragraphe III si la moyenne arithmétique des résultats des années N-1 et N-2 est inférieure à 20 % de la moyenne arithmétique des résultats des années N-2 et N-3, aucune rémunération différée ne sera due au mandataire.

1.2. En cas de changement du contrôle de la société au sens de l'article L233-16 du Code de commerce et que, dans cette hypothèse :

- son mandat social arrive à son terme normal et n'est pas renouvelé,
- il est mis fin à son mandat par suite d'une décision de révocation,
- la cessation de son mandat est provoquée par une rétrogradation ou une mutation s'accompagnant de la réduction de l'une ou l'autre des composantes de sa rémunération : salaire fixe ou bonus non compensée par une hausse de la composante non réduite ou par une demande de changement du lieu d'exercice du mandat en dehors de la région Ile-de-France.

La rémunération différée sera, dans ces cas, déterminée selon la formule exposée au 1.1.1 ci-dessus. Toutefois, la partie variable de l'indemnité sera égale à trois années du Bonus cible (Target Bonus) fixé au titre de l'exercice au cours duquel la cessation du mandat intervient.

En outre, aucune rémunération différée ne sera due à Monsieur Bertrand Laurioz dans les cas suivants :

- au cas où la cessation de son mandat est causée par le redressement ou liquidation judiciaire de la société ;
- en cas de décès, de départ ou de mise à la retraite;
- en cas d'empêchement personnel (notamment exercice d'une profession incompatible avec les fonctions de dirigeant, faillite personnelle, interdiction de gérer, survenance d'une incapacité, maladie empêchant le dirigeant d'assumer ses fonctions de manière durable) ;
- en cas de démission ou toute forme de départ volontaire ;
- en cas de changement des fonctions du mandataire avec toutefois maintien de la rémunération fixe et variable au niveau existant avant ce changement ;
- en cas de faute grave.

5. Principes concernant la politique de rémunération des membres du conseil d'administration

Dans la limite du montant annuel global approuvé par l'assemblée générale des actionnaires, le conseil d'administration décide des règles de répartition de cette enveloppe entre ses membres et fixe ainsi leur rémunération en leur qualité de membre du conseil d'administration. Ces règles tiennent compte de l'appartenance au conseil et à ses comités et de la participation effective aux réunions.

Le conseil pourrait confier une mission exceptionnelle rémunérée à un membre du conseil, étant entendu que la rémunération d'une telle mission serait déterminée par le conseil, après recommandation du comité des nominations et des rémunérations, au regard de l'importance de la mission pour la société, de l'implication requise par le membre, de son expertise, des déplacements requis et toutes autres spécificités liées à la mission.

3.5. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

3.5.1. Restrictions imposées par le conseil d'administration en matière de levée d'options ou de vente de titres liés à des actions attribuées gratuitement aux mandataires sociaux

Le conseil a décidé dans ses réunions du 11 décembre 2020, du 17 décembre 2021 et du 16 décembre 2022, conformément aux décisions préalables du conseil de surveillance, que la quotité du nombre d'actions gratuites que M. Bertrand Laurioz devra conserver au nominatif jusqu'à la cessation de ses fonctions est égale à 25%.

3.5.2. Conventions conclues entre un dirigeant ou un actionnaire significatif et une filiale de la société

Aucune à la connaissance de la société.

3.5.3. Participation des actionnaires à l'assemblée générale

Les statuts ne prévoient pas de modalité particulière relative à la participation des actionnaires à l'assemblée générale.

Les assemblées générales sont convoquées et délibèrent dans les conditions prévues par la loi. Elles sont réunies au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Tout au plus convient-il de noter les éléments suivants.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité de capital qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom d'un même actionnaire.

En outre, toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert, qui vient à détenir un pourcentage du capital ou des droits de vote (si le nombre et la répartition des droits de vote ne correspond pas au nombre et à la répartition des actions) au moins égal à 2 % ou à tout multiple de ce pourcentage, jusqu'au seuil de 40 %, doit informer la société de sa participation ainsi que des variations ultérieures de cette participation. L'information doit être communiquée à la société dans un délai de cinq jours de bourse, à compter du franchissement de l'un de ces seuils, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social de la société.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les assemblées d'actionnaires si, à l'occasion d'une assemblée, le défaut de déclaration a été constaté et si un ou plusieurs actionnaires détenant ensemble 5% du capital ou des droits de vote en font la demande lors de cette assemblée. Dans ce cas, les actions privées du droit de vote ne retrouvent ce droit qu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification.

Enfin, en assemblée générale, le droit de vote appartient au nu-propriétaire, sauf pour les décisions d'affectation des résultats où il est réservé à l'usufruitier.

3.5.4. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

1. Structure du capital de la société

En application de l'article L.233-13 du Code de commerce, le tableau ci-dessous présente la répartition du capital sur les deux derniers exercices (actionnaires détenant directement ou indirectement plus de 5% de son capital ou de ses droits de vote), étant précisé qu'aucune filiale ne détient d'actions de la société ADLPartner :

Actionnariat ADLPartner	Situation au 31/12/2022			Situation au 31/12/2021		
	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote
Groupe familial Vigneron	3 130 473	75,17%	86,81%	3 127 623	75,10%	87,14%
Titres auto-détenus	163 490	3,93%	0,00%	180 734	4,34%	0,00%
Public	870 627	20,91%	13,19%	856 233	20,56%	12,86%
Total	4 164 590	100,00%	100,00%	4 164 590	100,00%	100,00%

Note : Le pourcentage théorique de droits de vote (y compris les actions auto-détenues) figurant dans le tableau ci-dessus est déterminé conformément aux articles L233-8-II du Code de commerce et aux articles 223-11 2ème alinéa et 223-16 du Règlement Général de l'AMF.

A la connaissance de la société, en dehors du groupe familial Vigneron, aucun actionnaire ne détient plus de 5% du capital.

Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'actionnariat au sein du groupe familial Vigneron au 31 décembre 2022 :

Actionnariat ADLPartner au sein du groupe familial Vigneron	Actions			% capital	Droits de vote	% des droits de vote en AG
	Pleine propriété	Usufruit	Nue-propriété			
BRUNEL Claire	235		66 666	0,01%	133 802	1,86%
LAURIOZ Bertrand	3 085			0,07%	3 320	0,05%
LAURIOZ Isabelle	236		66 666	0,01%	133 804	1,86%
SOGESPA	2 901 450			69,67%	5 801 700	80,49%
VIGNERON Enfants JMV	4 137		87 997	0,10%	184 268	2,56%
VIGNERON Philippe	1	221 329		5,31%	2	0,00%
Total Groupe familial Vigneron	2 909 144	221 329	221 329	75,17%	6 256 896	86,81%

Le tableau ci-dessus affecte les droits de vote des actions démembrées au nu-propiétaire, étant précisé, comme indiqué ci-dessous, que le droit de vote appartient à l'usufruitier pour les décisions d'affectation des résultats.

Sogespa est une société holding familiale détenue en totalité par Monsieur Philippe Vigneron et ses enfants et petits-enfants (à savoir : les enfants de Monsieur Jean-Marie Vigneron, Madame Claire Brunel et Madame Isabelle Laurioz).

2. Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions

Les statuts de la société ne prévoient aucune clause spécifique restreignant l'exercice des droits de vote ou les transferts d'actions.

Tout au plus, peut-on mentionner :

- L'existence de droit de vote double attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom d'un même actionnaire.
- L'obligation statutaire de déclaration des franchissements de seuil pour toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert, qui vient à détenir un pourcentage du capital ou des droits de vote (si le nombre et la répartition des droits de vote ne correspond pas au nombre et à la répartition des actions) au moins égal à 2 % ou à tout multiple de ce pourcentage, jusqu'au seuil de 40 %.

- Le fait qu'en assemblée générale, le droit de vote appartient au nu-propriétaire, sauf pour les décisions d'affectation des bénéfices où il est réservé à l'usufruitier.

3. Accords entre actionnaires

Certains actionnaires de la société, faisant principalement partie du groupe familial Vigneron, ont conclu en date du 14 février 2019 un engagement collectif de conservation d'actions de la société ADLPartner souscrits pour l'application de l'article 787 B du Code général des impôts, dont les principales caractéristiques sont les suivantes :

Régime	Article 787 B du Code général des impôts
Date de signature	14 février 2019
Durée de l'engagement collectif	2 ans
Modalités de reconduction	Prorogation automatique de mois en mois à son terme
% de capital visé par le pacte à la date de signature	20,10%
% de droits de vote visés par le pacte à la date de signature ⁽¹⁾	22,9 %
Noms des signataires ayant la qualité de dirigeants mandataires et/ou membres du conseil	Bertrand Laurioz
Noms des signataires (autres que les dirigeants mandataires et/ou membres du conseil) détenant au moins 5% du capital et des droits de vote	Société Sogespa

⁽¹⁾ Sur la base d'un capital social composé de 4.164.590 actions représentant 7.293.261 droits vote théorique (au 31 décembre 2018).

⁽²⁾ Dans le cadre de donations familiales intervenues depuis portant sur des titres Sogespa, les donataires, membres du groupe familiale Vigneron, ont demandé le bénéfice de l'exonération partielle de droit de mutation prévues par l'article 787 B du Code général des impôts, de telle manière qu'en principe Sogespa a pris l'engagement pendant une durée totale de 6 ans (2 ans au titre de l'engagement collectif et 4 ans au titre de l'engagement individuel) de conserver inchangée sa participation précitée dans la société ADLPartner, sous les réserves prévues par la réglementation applicable.

Certains membres de la famille Vigneron et Monsieur Olivier Riès ont également conclu en date du 28 février 2020 quatre autres engagements collectifs de conservation d'actions de la société ADLPartner souscrits pour l'application de l'article 787 B du Code général des impôts (dont uniquement trois sont actuellement en vigueur, un ayant expiré), dont les principales caractéristiques sont les suivantes :

Régime	Article 787 B du Code général des impôts			
Date de signature	28 février 2020			
Durée de l'engagement collectif	2 ans			
Modalités de reconduction	Aucune reconduction (s'est terminé le 28 février 2022)	Prorogation automatique de mois en mois à son terme	Prorogation automatique de mois en mois à son terme	Prorogation automatique de mois en mois à son terme
% de capital visé par le pacte à la date de signature	69,67%	69,67%	71,28%	71,28%
% de droits de vote visés par le pacte à la date de signature ⁽¹⁾	81,4%	81,4%	83,3%	83,3%
Noms des signataires ayant la qualité de dirigeants mandataires et/ou membres du conseil	Bertrand Laurioz	Bertrand Laurioz	Bertrand Laurioz Claire Vigneron	Bertrand Laurioz Isabelle Laurioz
Noms des signataires (autres que les dirigeants mandataires et/ou membres du conseil) détenant au moins 5% du capital et des droits de vote	Société Sogespa			

⁽¹⁾ Sur la base d'un capital social composé de 4.164.590 actions représentant 7.125.926 droits vote théorique (au 31 décembre 2019).

Un pacte d'actionnaires, régissant notamment les relations actionnariales du groupe familial Vigneron au sein de la société ADLPartner a également été conclu le 22 décembre 2014. Compte tenu du décès de Monsieur Jean-Marie Vigneron, ce pacte a été amendé en date du 23 avril 2019.

Le pacte amendé prévoit notamment :

- que les membres du groupe familial Vigneron continuent d'agir de concert entre eux vis-à-vis de la société ADLPartner ;
- une obligation de concertation préalable entre les membres du groupe familial Vigneron avant toute assemblée générale d'ADLPartner (sans obligation d'avoir à trouver une position commune, sauf pour les distributions de dividendes) ;
- une obligation de concertation préalable entre les membres du groupe familial Vigneron avant toute réunion du conseil devant se prononcer sur les décisions les plus importantes dès lors qu'elles ont un impact supérieur à 2 M€ pour ADLPartner ;
- un droit pour Monsieur Bertrand Laurioz (gendre de Monsieur Philippe Vigneron) de rester membre et Président Directeur Général d'ADLPartner (dans le respect des règles de gouvernance d'ADLPartner), jusqu'en 2029 au minimum, sous réserve (i) de la survenance d'un certain nombre d'événements dits disqualifiant⁷ ou (ii) d'un accord contraire des trois branches familiales (iii) ou d'un cas d'incapacité ou d'invalidité avérée;
- la possibilité pour chacune des branches du groupe familial Vigneron d'avoir chacun (i.e. Monsieur Philippe Vigneron, Madame Claire Vigneron-Brunel, Madame Isabelle Vigneron-Laurioz et Monsieur Marc Vigneron) un représentant au conseil d'ADLPartner ;
- l'obligation pour les parties de faire en sorte que des membres indépendants soient nommés au sein du conseil d'ADLPartner, avec une obligation de concertation préalable sur l'identité desdits membres, dans le respect des règles de gouvernance d'ADLPartner ;
- L'obligation d'obtenir l'accord des héritiers de Monsieur Jean-Marie Vigneron en cas demande de mise en jeu des droits de sortie forcée ou conjointe statutaire de la société Sogespa, sauf à les indemniser du préjudice financier subi liés à la violation des engagements fiscaux pris en relation avec les engagements collectifs de conservation précités.

4. Pouvoirs du directeur général et du conseil d'administration

Concernant les pouvoirs du directeur général, nous vous renvoyons principalement au paragraphe 2.2 ci-dessus qui précise les décisions qui doivent faire l'objet, aux termes des statuts de la société et du règlement intérieur du conseil, d'une délibération préalable du conseil d'administration.

L'assemblée générale de la société du 18 juin 2021 a autorisé le conseil d'administration de procéder à des rachats d'actions de la société et d'attribuer gratuitement des actions existantes de la société. L'assemblée générale du 12 juin 2020 avait autorisé le conseil de surveillance à annuler les actions acquises dans le cadre d'un programme de rachat, cette autorisation ayant été reprise au bénéfice du conseil d'administration.

⁷ Aux termes du pacte on entend par événement disqualifiant (i) le fait que les comptes consolidés d'ADLPartner fassent ressortir un montant de pertes cumulées : (i) excédant, sur une période de 3 exercices consécutifs, 70 % du capital social d'ADLPartner plus 30 % de la différence entre le montant total des capitaux propres part du groupe et le capital social de cette société, qui existaient au début de la période considérée, ou (ii) excédant, sur une période de 4 exercices consécutifs, 50 % du capital social d'ADLPartner plus 25 % de la différence entre le montant total des capitaux propres part du groupe et le capital social de cette société, qui existaient au début de la période considérée et (dans les deux cas précédents), si un cabinet de conseil en direction d'entreprises, de réputation internationale et acceptable par l'ensemble des personnes concernées, conclut, après avoir mené une expertise appropriée, que Monsieur Bertrand Laurioz n'est plus apte à remplir ses fonctions

5. Règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du conseil d'administration ainsi qu'à la modification des statuts de la société

5.1. Les règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du conseil d'administration.

La société est administrée par un conseil d'administration de trois (3) membres au moins et de dix-huit (18) au plus, sauf dérogation temporaire prévue la réglementation applicable.

Les administrateurs sont nommés ou renouvelés dans leurs fonctions par l'assemblée générale ordinaire des actionnaires qui peut les révoquer à tout moment. Toutefois, en cas de fusion ou de scission, la nomination des administrateurs peut être faite par l'assemblée générale extraordinaire.

Les administrateurs peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales.

La durée des fonctions des administrateurs est de trois (3) années ; elle expire à l'issue de l'assemblée qui statue sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire leur mandat.

Les administrateurs sont toujours rééligibles.

Les administrateurs ne sont pas tenus de posséder d'actions de la société.

L'assemblée générale ordinaire peut également nommer des censeurs, personnes physiques ou morales, actionnaires ou non. La durée des fonctions de censeur est de trois (3) années ; elle expire à l'issue de l'assemblée qui statue sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire leur mandat. Les censeurs sont toujours rééligibles. Ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'assemblée générale ordinaire. Les censeurs assistent aux séances du conseil d'administration ; dans ce cadre, ils font part de leurs avis et observations et participent aux délibérations mais uniquement avec voix consultative.

5.2. Les règles applicables à la modification des statuts de la société.

L'assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions.

6. Accords qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la société ou prévoyant des indemnités pour les membres du directoire ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle ou sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique

Certains contrats conclus avec les principaux partenaires clients, assureurs et éditeurs prévoient des clauses de changement de contrôle, de manière assez usuelle en la matière. Compte tenu des engagements de confidentialité pris, et aux fins de ne pas porter atteinte aux intérêts de la société, il n'est pas possible de les identifier individuellement. On précisera enfin qu'il n'existe pas d'accord conclu par la société qui serait modifié ou prendrait fin en cas de changement de contrôle de la société ou qui prévoirait des indemnités pour les membres du conseil d'administration ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison expressément d'une offre publique.

Le paragraphe 3.4 du présent rapport présente la rémunération due au directeur général en cas de fin de son mandat, suite notamment à un changement de contrôle de la société ADLPartner au sens de l'article L.233-16 du Code de commerce.

3.5.5. Tableau des délégations en matière d'augmentation de capital

L 225-129-1, L225-129-2, L225-100

Date de l'autorisation	Nature de la délégation	Durée de la délégation	Utilisation au cours de l'exercice 2021
	Néant		

3.5.6. Procédure d'évaluation des conventions courantes

Lors de sa réunion du 31 mars 2023, le conseil d'administration de la société a confirmé la procédure suivante permettant d'évaluer régulièrement si les conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales (les « Conventions Courantes ») remplissent bien ces conditions, et conformément aux nouvelles dispositions de l'article L.225-87 du Code de commerce :

Il appartient au directeur général de la société, préalablement à la conclusion de toute convention entre la société et une personne visée à l'article L.225-86 du Code de commerce, de vérifier ou faire vérifier, après avoir pris avis de la direction financière de la société (cette dernière pouvant faire appel à tout expert de son choix pour rendre son avis, et notamment au conseil juridique du Groupe), si cette convention doit être soumise à la procédure des conventions réglementées ou non et ainsi de déterminer le cas échéant si cette convention doit être considérée comme une Convention Courante..

Dans l'hypothèse d'une Convention Courante pour laquelle le directeur général ou un membre du conseil d'administration est directement ou indirectement partie (hors conventions conclues entre la société et une de ses filiales ou sous-filiales), le conseil devra être systématiquement informé de sa signature.

La liste et les caractéristiques des Conventions Courantes nouvelles devront être transmises chaque année par le directeur général au conseil qui devra procéder à leur évaluation. A cette occasion, le conseil devra également procéder à l'évaluation des Conventions Courantes préalablement conclues qui se sont poursuivies au cours de l'exercice précédent. Pour les besoins de cette évaluation, le Conseil aura la possibilité, comme le directeur général, de s'appuyer sur les avis de la direction financière de la société ainsi que sur ceux du comité d'audit, voir des commissaires aux comptes. Il pourra faire appel à tout tiers expert de son choix et notamment au conseil juridique du groupe. Les membres du conseil directement ou indirectement intéressés à une Convention Courante ne participeront pas à son évaluation.



4. DESCRIPTIF DU PROGRAMME DE RACHAT

En application des articles 241-1 à 241-5 du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers et du règlement européen (EU) n°596/2014 du 16 avril 2014, ainsi que des règlements délégués (UE) n°2016/908 du 26 février 2016 et n°2016/1052 du 8 mars 2016, le présent document constitue le descriptif du programme de rachat proposé à l'assemblée générale mixte des actionnaires de la société ADLPartner du 16 juin 2023.

Objectifs du programme de rachat

L'autorisation demandée à l'assemblée générale mixte des actionnaires du 16 juin 2023 est destinée à permettre à ADLPartner :

1. de satisfaire aux obligations découlant des programmes d'options sur actions, ou autres allocations d'actions, notamment l'attribution gratuite d'actions, aux salariés ou aux dirigeants d'ADLPartner ou d'une entreprise associée ;
2. de satisfaire aux obligations découlant de titres de créance qui sont échangeables en actions ADLPartner ;
3. de réduire son capital en les annulant ;
4. d'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action ADLPartner par l'intermédiaire d'un prestataire de service d'investissement intervenant au nom et pour le compte de la société en toute indépendance au travers d'un contrat de liquidité conforme à une charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ;
5. de mettre en œuvre tout autre but qui viendrait à être autorisé ou toute autre pratique de marché qui viendrait à être admise par la loi ou la réglementation en vigueur.

Les opérations ci-dessus décrites pourront être effectuées par tout moyen compatible avec la loi et la réglementation en vigueur. Ces opérations pourront intervenir à tout moment, y compris en période d'offre publique, dans les conditions et limites autorisées par la réglementation en vigueur.

Montant pécuniaire maximal alloué au programme – nombre maximal d'actions à acquérir

Il est proposé à l'assemblée générale de fixer le nombre maximum d'actions pouvant être acquises à 10 % du capital de la société arrêté au 31 mars 2023, ce qui correspond à 416 459 actions, étant précisé que, pour le calcul de la limite de 10%, lorsque les actions sont achetées dans le cadre d'un contrat de liquidité, il sera tenu compte du nombre d'actions revendues pendant la durée de l'autorisation, les acquisitions réalisées par la société ne pouvant toutefois en aucun cas l'amener à détenir, directement ou indirectement, plus de 10% de son capital social. Il est proposé à l'assemblée que le montant total consacré à ces acquisitions ne puisse pas dépasser au total 16 millions d'€, hors frais.

En outre, dans la mesure où le rachat aurait pour objet l'une des trois premières finalités, ou la cinquième finalité, mentionnées ci-dessus, il est proposé que le prix maximum d'achat ne puisse excéder 40 € par action, hors frais. Dans la mesure où le rachat aurait pour objet la quatrième finalité mentionnée ci-dessus, il est proposé que le prix maximum d'achat ne puisse excéder 40 € par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites, en cas de division ou de regroupement des actions, le prix unitaire ci-dessus visé serait ajusté par un

coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération

Les titres concernés par le programme de rachat sont les actions ordinaires émises par la société ADLPartner cotées sur Euronext Paris (compartiment C) sous le code ISIN FR 0000062978.

Durée du programme

Le programme de rachat pourra être mis en œuvre jusqu'à son renouvellement par une prochaine assemblée générale, et dans tous les cas, pendant une période maximale de dix-huit mois à compter de l'approbation de la vingtième résolution de l'assemblée générale ordinaire du 16 juin 2023, soit au plus tard le 16 décembre 2024.



5. RAPPORT SPÉCIAL SUR LES OPÉRATIONS D'ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS AU BÉNÉFICE DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES DIRIGEANTS

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-197-4 du Code de commerce, nous avons l'honneur de vous rendre compte des opérations d'attribution d'actions réalisées en vertu des dispositions des articles L.225-197-1 à L.225-197-3 dudit code.

Les programmes accordés en 2022 l'ont été en totalité par la société ADLPartner (la « Société »), aucune des sociétés liées à la Société n'ayant mis en place d'opérations d'attribution d'actions dans les conditions prévues à l'article L.225-197-2 du Code de commerce.

Ils ont été attribués le 16 décembre 2022 par le conseil d'administration de la Société, suite à l'autorisation donnée par l'assemblée générale des actionnaires du 18 juin 2021.

1. Programmes accordés en 2022

Nous vous indiquons ci-après, le nombre et la valeur des actions, qui durant l'année écoulée ont été consenties :

- à raison des mandats et fonctions exercées dans la Société, à chacun des mandataires sociaux ;
- à chacun des salariés de la Société non-mandataires sociaux, étant précisé que seuls les 9 salariés non-mandataires sociaux indiqués se sont vu attribuer gratuitement des actions de la Société en 2022
- à chacun des salariés et mandataires sociaux des autres entités du groupe (les entités concernées sont ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Converteo, ADLPartner Hispania et Brainsonic)

Statut	Plan	Nombre d'Actions Gratuites Attribuées	Nombre de Bénéficiaires Distincts	Valeur de marché totale à l'attribution (en €)
Mandataire Social	B 2022	6 900	1	207 000
Autres Entités	A 2022	4 473	6	134 190
	C 2022	2 334	2	70 020
Total Autres Entités		6 807	6	204 210
Salariés ADLPartner	A 2022	10 111	9	303 330
	C 2022	9 335	5	280 050
Total Salariés ADLPartner		19 446	9	583 380
Total général		33 153	16	994 590

2. Actions définitivement acquises en 2022

Nous vous rendons compte ci-après du nombre d'actions remis par la Société suite à la fin de la période d'acquisition de programmes d'attribution gratuite d'actions préalablement accordés.

Catégorie	Nombre d'Actions	Nombre d'Attributaires
Mandataire Social	8 045	2
Autres Entités	6 339	3
Salariés ADLPartner	19 936	5
Total général	34 320	10



6.ETATS FINANCIERS

6.1.	COMPTES CONSOLIDÉS	174
6.2.	COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA	218

6.1. COMPTES CONSOLIDÉS

6.1.1. Bilan consolidé

1. ACTIF

(en k€)	Notes	31/12/2022	31/12/2021
Actifs non-courants			
Ecart d'acquisition	3.1.	31 031	21 913
Droits d'utilisation contrats de location		15 356	14 537
Immobilisations incorporelles	3.2.	4 775	2 895
Immobilisations corporelles	3.3.	4 664	4 103
Participations dans les entreprises associées	5.2.	1 500	1 849
Titres non consolidés		109	101
Autres actifs financiers	3.4.	2 074	1 523
Actifs d'impôts différés	3.5.	3 098	3 114
Sous-Total Actifs non-courants		62 607	50 037
Actifs courants			
Stocks	3.6.	4 330	7 934
Clients et autres débiteurs	3.7.	53 555	50 635
Autres actifs	3.8.	2 489	1 843
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3.9.	60 589	39 397
Sous-Total Actifs courants		120 962	99 808
Actifs destinés à être cédés			
TOTAL ACTIFS		183 569	149 845

2. PASSIF

(en k€)	Notes	31/12/2022	31/12/2021
Capital		6 479	6 479
Réserves consolidées		19 460	15 181
Résultat consolidé		11 398	9 108
Capitaux Propres	3.10.	37 337	30 769
Dont			
Part du groupe		23 916	20 757
Intérêts minoritaires		13 421	10 011
Passifs non-courants			
Provisions à long terme	3.12.	1 967	2 039
Passifs financiers	3.13.	44 816	18 962
Dette de loyers		12 420	12 535
Passifs d'impôts différés	3.14.	268	281
Sous-Total Passifs non-courants		59 470	33 817
Passifs courants			
Provisions à court terme	3.15.	274	287
Dettes fiscales et sociales		21 797	20 748
Fournisseurs et autres créditeurs	3.16.	47 709	54 504
Passifs financiers	3.13.	6 104	1 674
Dette de loyers		3 255	2 200
Autres passifs	3.17.	7 622	5 846
Sous-Total Passifs courants		86 762	85 259
Passifs destinés à être cédés			
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS		183 569	149 845

6.1.2. Compte de résultat consolidé

(En k€)	Notes	2022	2021
Chiffre d'Affaires Net HT	4.1.	181 250	164 250
Achats consommés		(30 689)	(31 517)
Charges de personnel	4.2.	(65 858)	(54 471)
Charges externes		(61 075)	(55 067)
Impôts et taxes		(2 829)	(2 323)
Dotations aux amortissements des immobilisations		(5 037)	(5 034)
Autres produits et charges d'exploitation	4.3.	1 284	(1 016)
Résultat opérationnel courant		17 046	14 821
Autres produits et charges	5.2.	(600)	(397)
Résultat opérationnel		16 446	14 424
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie		22	410
Coût de l'endettement financier brut		(322)	(225)
Charges financières / Produits financiers nets	4.4.	(300)	184
Autres produits et charges financiers	4.4.	26	(6)
Charge d'impôt	4.5.	(3 820)	(4 618)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	5.2.	(955)	(875)
Résultat des activités poursuivies		11 398	9 108
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	4.6.	0	0
Résultat net		11 398	9 108
. Part du groupe		10 891	8 491
. Intérêts minoritaires		506	617
Résultat net part du groupe de base par action en €	3.11.	2,73	2,14
Résultat net part du groupe dilué par action en €		2,64	2,09

ETAT DE RESULTAT GLOBAL		2022	2021
Résultat net		11 398	9 108
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :			
Ecarts de change liés à la conversion des activités à l'étranger		(4)	(7)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels brut		665	172
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Impôts sur écarts actuariels		(170)	(44)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels net		495	128
Résultat net global		11 888	9 229
. Part du groupe		11 334	8 604
. Intérêts minoritaires		555	625

6.1.3. EBITDA retraité

(En k€)	2022	2021
Résultat opérationnel courant	17 046	14 821
+ Dotations aux amortissements des immobilisations	5 037	5 034
+ Impôts et taxes	2 829	2 323
- Retraitement de l'impact IFRS16 des charges de loyers	(2 859)	(2 608)
+ Retraitement de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites	1 267	753
EBITDA Retraité	23 320	20 324

6.1.4. Tableau des flux de trésorerie nette consolidés

En k€	2022	2021
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	11 398	9 108
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	6 120	4 822
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	795	668
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(34)	20
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence	955	875
- Dividendes (titres non consolidés)		
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	19 234	15 494
+ / - Charges et produits financiers nets	300	(184)
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	3 820	4 618
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	23 353	19 928
- Impôt société versé (B)	(3 714)	(2 300)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	(4 758)	(8 525)
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	14 881	9 103
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(2 765)	(2 067)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4	
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres non consolidés)	1	
+ / - Incidence des variations de périmètre	(4 966)	(4 072)
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis	(1 200)	(480)
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	(913)	(9)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(9 839)	(6 628)
+ 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	30	109
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(417)	(57)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		
. Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(3 510)	(3 200)
. Dividendes versés aux minoritaires de sociétés intégrées	(24)	
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	23 000	310
- Remboursements d'emprunts	(4 146)	(2 752)
- / + Charges et produits financiers nets versés ou reçus	(266)	(202)
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement	(11)	45
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	14 657	(5 747)
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)	(4)	(7)
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	19 695	(3 280)
Trésorerie d'ouverture	38 762	42 042
Trésorerie de clôture	58 457	38 762
Trésorerie active	60 589	39 397
Trésorerie passive	(2 132)	(635)
Trésorerie nette	58 457	38 762

6.1.5. Variation des capitaux propres consolidés

en k€	Part du groupe					Intérêts minoritaires	TOTAL ENSEMBLE CONSOLIDE
	Capital	Réserves liées au capital (1)	Réserves consolidées (2)	Résultat net de l'exercice	TOTAL		
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2020	6 479	51 212	-44 650	6 487	19 528	3 612	23 140
Résultat net de l'exercice				8 491	8 491	617	9 108
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-3		-3	-5	-7
Engagements de retraite : Ecart actuariels non recyclables en résultat			116		116	12	128
Résultat global de l'exercice	0	0	113	8 491	8 604	625	9 229
Affectation du résultat	0	8 076	-1 589	-6 487	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-3 200	0	0	-3 200	0	-3 200
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	720	0	720	47	767
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	-4 899	0	-4 899	0	-4 899
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	4 806	4 806
Impacts variations de périmètre et changements de méthode de consolidation	0	0	5	0	5	922	928
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2021	6 479	56 088	-50 301	8 491	20 757	10 011	30 769
Résultat net de l'exercice				10 891	10 891	506	11 398
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-1		-1	-3	-4
Engagements de retraite : Ecart actuariels non recyclables en résultat			444		444	51	495
Résultat global de l'exercice	0	0	442	10 891	11 334	555	11 888
Affectation du résultat	0	13 304	-4 812	-8 491	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-3 510	0	0	-3 510	0	-3 510
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	512	0	512	33	545
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	-3 953	0	-3 953	0	-3 953
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	3 217	3 217
Impacts variations de périmètre et changements de méthode	0	0	-1 225	0	-1 225	-395	-1 619
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2022	6 479	65 882	-59 337	10 891	23 916	13 421	37 337

(1) Primes d'émission, d'apport, de fusion + réserve légale + autres réserves + report à nouveau se retrouvant dans les comptes sociaux d'ADLPartner

(2) Réserves groupe + écart de conversion

6.1.6. Annexe aux comptes consolidés

Table des matières de l'annexe aux comptes consolidés

1. Informations Générales	181		
1.1. Faits significatifs 2022.....	181		
2. Règles et méthodes comptables	181		
2.1. Base de préparation des états financiers.....	181		
2.2. Présentation des états financiers consolidés	183		
2.3. Méthodes de consolidation.....	183		
2.4. Regroupements d'entreprises.....	184		
2.5. Transactions en devises étrangères.....	185		
2.6. Actifs non courants destinés à être cédés et abandon d'activité.....	186		
2.7. Actifs incorporels.....	186		
2.8. Immobilisations corporelles	187		
2.9. Contrats de location.....	187		
2.10. Dépréciation d'actifs	187		
2.11. Stocks.....	188		
2.12. Clients et autres débiteurs	188		
2.13. Trésorerie et équivalents de trésorerie ...	188		
2.14. Actifs financiers.....	189		
2.15. Actions auto-détenues.....	189		
2.16. Avantages accordés au personnel	189		
2.17. Paiements en actions ou assimilés	190		
2.18. Provisions.....	190		
2.19. Passifs Financiers.....	190		
2.20. Fournisseurs et autres créditeurs.....	191		
2.21. Impôt différé.....	191		
2.22. Chiffre d'affaires.....	191		
2.23. Coûts d'emprunts	192		
2.24. Impôt sur les sociétés	192		
2.25. Secteurs opérationnels et géographiques	193		
3. Notes relatives au bilan.....	193		
3.1. Goodwill.....	193		
3.2. Immobilisations incorporelles.....	195		
3.3. Immobilisations corporelles	196		
3.4. Autres actifs financiers non courants	197		
3.5. Impôts différés actifs.....	197		
3.6. Stocks.....	197		
3.7. Clients et autres débiteurs	198		
3.8. Autres actifs.....	198		
3.9. Trésorerie et équivalents de trésorerie....	198		
3.10. Capitaux propres.....	199		
3.11. Résultat par action	201		
3.12. Provisions à long terme	203		
3.13. Passifs financiers.....	206		
3.14. Impôts différés passifs.....	207		
3.15. Provisions à court terme	207		
3.16. Fournisseurs et autres créditeurs	207		
3.17. Autres passifs.....	207		
4. Notes relatives au compte de résultat	208		
4.1. Produits – Information Sectorielle	208		
4.2. Données sociales	209		
4.3. Autres produits et charges d'exploitation	209		
4.4. Autres produits et charges.....	209		
4.5. Résultat financier net	209		
4.6. Impôts sur le résultat.....	210		
5. Informations complémentaires.....	211		
5.1. Tableau de flux de trésorerie	211		
5.2. Acquisition de participations.....	212		
5.3. Transactions avec les parties liées	212		
5.4. Avantages aux dirigeants.....	212		
5.5. Honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe.....	213		
5.6. Transactions non réalisées en trésorerie	213		
5.7. Engagements donnés et reçus.....	213		
5.8. Événements postérieurs à la clôture	214		
5.9. Dettes potentielles	214		
6. Liste des sociétés consolidées.....	215		

1. Informations Générales

Le Groupe ADLPartner conçoit, commercialise et met en œuvre des services de fidélisation et d'animation de la relation clients sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe se structure autour de trois activités principales : services de presse, services marketing et courtage d'assurances.

La clientèle prospectée est issue :

- Soit de fichiers de noms détenus en propre,
- Soit de fichiers fournis par des enseignes partenaires dans le cadre d'opérations de marketing de fidélisation.

La société tête de Groupe est ADLPartner, société de droit français, SA à conseil d'administration au capital de 6 478 836,00 €, domiciliée 3 avenue de Chartres - 60 500 Chantilly, cotée sur Euronext Paris - compartiment C - Isin FR0000062978.

Le conseil d'administration a donné son autorisation de publication des états financiers consolidés au 31 décembre 2022, le 31 mars 2023. Ces comptes ne seront définitifs qu'après leur approbation par l'assemblée générale des actionnaires le 16 juin 2023.

1.1. Faits significatifs 2022

Début 2022, le Groupe a engagé la mise en œuvre de financements bancaires sous forme de prêts à taux fixe à des échéances comprises entre 5 et 7 ans. Le total de ces financements est de 23 M€ permettant notamment de financer les croissances externes de 2021 et 2022 et de disposer des marges de manœuvre nécessaires à la réalisation de sa stratégie de croissance externe à horizon 2025.

En septembre 2022, Dékuple Ingénierie Marketing a pris une participation de 72,64 % dans la société Brainsonic, agence de communication leader de l'engagement.

En décembre 2022, une prise de participation de 50,93 % a été concrétisée par Dékuple Ingénierie Marketing dans la société E-Retail Development, éditeur de solutions SAAS génératrices de trafic qualifié en ligne et en point de vente.

2. Règles et méthodes comptables

2.1. Base de préparation des états financiers

2.1.1. Référentiel

Les sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du Groupe ont établi des comptes annuels arrêtés au 31 décembre 2022.

Les états financiers sont établis au 31 décembre 2022 conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté par l'Union Européenne et publié par l'IASB.

La devise dans laquelle sont présentés les comptes consolidés est l'euro (EUR).

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire. L'établissement des états financiers consolidés préparés conformément aux normes internationales d'information financière (IFRS) implique que le Groupe procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses qui affectent le montant des actifs et passifs, les produits et charges enregistrés sur la période ainsi que les actifs et passifs potentiels mentionnés dans les notes aux états financiers. A chaque clôture, ces hypothèses et estimations peuvent être révisées, si les circonstances

sur lesquelles elles sont fondées ont évolué ou si de nouvelles informations sont disponibles. Il est possible que les résultats futurs diffèrent de ces estimations et hypothèses.

Les principales estimations et jugements comptables effectués par le Groupe portent sur les points suivants :

- Appréciation du risque clients et provisions correspondantes, se référer à la note 3.7,
- évaluation des impôts différés sur les déficits reportables des filiales, se référer à la note 4.6,
- Évaluation et ajustement du niveau de dépréciation des goodwill,
- Évaluation des engagements d'achats d'actions (puts sur minoritaires) se référer à la note 3.13.

2.1.1.1 Nouvelles normes, interprétations et amendements d'application obligatoire en 2022 :

- Décision de l'IFRS IC d'avril 2021, portant sur l'attribution des avantages aux périodes de services rendus par les bénéficiaires de régimes d'avantages postérieurs à l'emploi ;
- Amendements à IFRS 4 « extension de l'exemption temporaire pour l'application de la norme IFRS 9 » ;
- Amendements à IFRS 16 « COVID-19 allègement des loyers » ;
- Amendements à IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 & IFRS 16 « réforme des taux d'intérêt de référence » (phase 2).

* Ces normes et interprétations n'ont pas d'impact sur le groupe.

2.1.1.2 Nouvelles normes, interprétations ou amendements applicables par anticipation dès l'exercice 2022

En 2022, le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée des normes suivantes :

- IFRS 17 « contrats d'assurance » (secteurs des assurances et des mutuelles) ;
- Amendements à IAS 1 « clarification du classement des passifs en courant ou non courant » ;
- Amendements à IAS 16 « précision sur le traitement des revenus des échantillons de produits » ;
- Amendements à IAS 37 « précision sur le traitement des coûts d'exécution d'un contrat » ;
- Améliorations annuelles cycle 2018-2020 (amendements à IFRS 16, IFRS 9, IAS 41 et à IFRS 1).
- Amendement à IFRS 3 « référence au cadre conceptuel » ;
- Amendements à IFRS 17 ;
- Amendements à IAS 1 « informations significatives en matière de méthodes comptables » ;
- Amendement à IAS 8 « définition des estimations comptables » ;
- Amendement à IAS 12 « traitement des impôts différés provenant d'une seule et même transaction ».

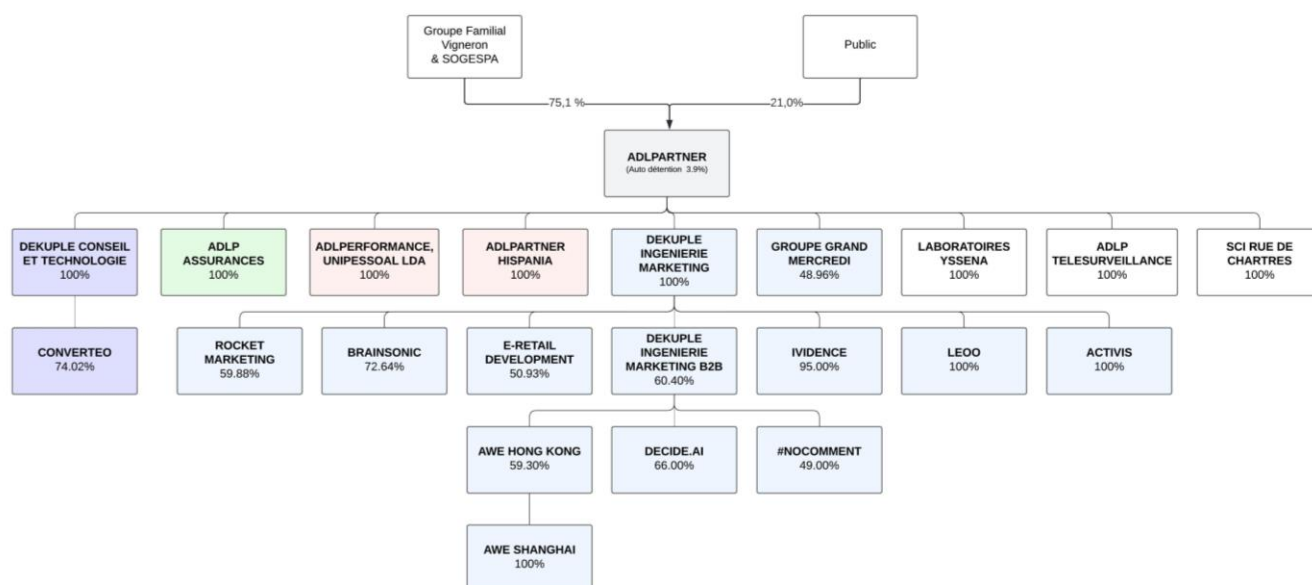
2.1.2. Périmètre de consolidation

Par rapport au 31 décembre 2021, le périmètre de consolidation a évolué de la façon suivante :

- Liquidation de la filiale Activis Suisse ;
- Cession des titres de la société Asterium le 22 juin 2022 ;
- Acquisition complémentaire de titres le 2 juin 2022 de la filiale Converteo détenue à 74 %.
- La société Converteo Technology a été dissoute le 31 mai 2022 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à Converteo.
- Livraison d'actions gratuites le 2 juin 2022 de la filiale Ividence désormais détenue à 95 % par le groupe.
- Acquisition le 14 septembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale Brainsonic détenue à 72,6 %.
- Acquisition complémentaire de titres le 23 novembre 2022 de la filiale Laboratoires Yssena détenue à 100 %.
- Acquisition le 16 décembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale E-Retail Development détenue à 50,9 %.

- Cession le 21 décembre 2022 par Dékuple Ingénierie Marketing B2B de 17 % de sa filiale #NoComment détenue dorénavant à 49 %.

L'organigramme, au 31 décembre 2022, se présente comme suit :



Les titres auto-détenus représentent 3,9 % du capital d'ADLPartner (se reporter à la note 3.10.4).

ADLPartner n'exerçant aucune influence notable sur les sociétés ZenWeShare (participation minoritaire acquise en 2016) et Chine Abonnements (participation minoritaire acquise en 2017), les comptes de ces participations ne sont pas consolidés.

ADLPartner exerçant une influence notable sur les sociétés Groupe Grand Mercredi et #NoComment, les comptes de ces participations sont consolidés selon la méthode de la mise en équivalence.

2.2. Présentation des états financiers consolidés

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire.

Les états financiers consolidés du Groupe ont été préparés sur la base des coûts historiques, à l'exception de certaines catégories d'actifs et passifs conformément aux règles édictées par les IFRS. Les catégories concernées sont mentionnées dans les notes suivantes.

Les actifs destinés à être cédés ou consommés au cours du cycle normal d'exploitation du Groupe, les actifs détenus dans la perspective d'une cession dans les douze mois suivant la clôture de l'exercice ainsi que la trésorerie et les équivalents de trésorerie constituent des actifs courants. Tous les autres actifs sont non courants.

Les dettes échues au cours du cycle d'exploitation normal du Groupe ou dans les douze mois suivant la clôture de l'exercice constituent des dettes courantes. Toutes les autres dettes sont non courantes.

Les principales méthodes comptables mises en œuvre sont décrites ci-après.

2.3. Méthodes de consolidation

2.3.1. Filiales

Les états financiers consolidés comprennent les états financiers de la société et des entités contrôlées par la société ou ses filiales. Le contrôle est caractérisé par les trois éléments suivants :

- Pouvoir sur l'autre entité,
- Exposition, ou droits, à des rendements variables de cette autre entité,
- Capacité d'utiliser son pouvoir afin d'impacter les rendements de l'autre entité.

Les résultats des filiales acquises ou cédées au cours de l'exercice sont inclus dans le compte de résultat consolidé à compter de la date effective de transfert du contrôle ou jusqu'à la date effective où le contrôle cesse d'exister.

Si nécessaire, des ajustements ont été réalisés sur les états financiers des filiales afin de mettre leurs méthodes comptables en adéquation avec celles utilisées par le Groupe.

Les participations ne donnant pas le contrôle dans les actifs nets des filiales consolidées sont identifiés séparément des capitaux propres – part du Groupe. Pour chaque prise de contrôle, le Groupe décide de les reconnaître sur la base de leur juste valeur ou sur la base de leur quote-part d'actif net. Par la suite, les participations ne donnant pas le contrôle tiennent compte des variations de l'actif net de la filiale depuis la date de regroupement.

2.3.2. Mise en équivalence

Une entreprise associée est une entreprise sur laquelle le Groupe exerce une influence notable ou un contrôle conjoint et qui n'est ni une filiale ni une participation dans une coentreprise. L'influence notable est le pouvoir de participer aux décisions financières et opérationnelles de l'entreprise détenue sans toutefois exercer un contrôle exclusif ou un contrôle conjoint. Le contrôle conjoint est le partage du contrôle d'une activité économique en vertu d'un accord contractuel. Il n'existe que lorsque les décisions stratégiques financières et opérationnelles correspondant à l'activité imposent le consentement unanime des parties partageant le contrôle.

Les résultats, ainsi que les actifs et passifs des entreprises associées, sont inclus dans les états financiers selon la méthode de la mise en équivalence, sauf lorsque la participation est classée en actifs destinés à être cédés selon IFRS 5 "Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées". Selon la méthode de la mise en équivalence, les participations dans des entreprises associées sont comptabilisées au coût ajusté des modifications post-acquisition dans la quote-part de l'investisseur dans l'entreprise détenue, diminué d'éventuelles pertes de valeurs de la participation nette. Les participations dans les entreprises associées comprennent le goodwill identifié à la date d'acquisition. Les pertes d'une entreprise associée qui excèdent la participation du Groupe ne sont pas comptabilisées, sauf si le Groupe a une obligation ferme et est en mesure d'effectuer un investissement complémentaire afin de couvrir les pertes.

2.3.3. Opérations éliminées en consolidation

Toutes les transactions intragroupes, les soldes débiteurs et créditeurs, les charges et produits intragroupe ont été éliminés dans le cadre de la préparation des états financiers consolidés. Les pertes latentes résultant des transactions intragroupes ne sont éliminées que dans la mesure où il n'existe pas d'indication d'une éventuelle dépréciation.

Lorsque le Groupe réalise des transactions avec des entités sous contrôle conjoint, les pertes et profits latents sont éliminés à concurrence de la part d'intérêt du Groupe dans la coentreprise.

2.4. Regroupements d'entreprises

En application d'IFRS 3, l'acquisition de filiales est comptabilisée en utilisant la méthode du coût d'acquisition. La contrepartie transférée à l'occasion d'un regroupement d'entreprises est mesurée, à la date de prise de contrôle, comme l'agrégat des justes valeurs des actifs transférés, des dettes contractées et des parts de capitaux propres émises par l'acquéreur.

Les frais d'acquisition que le Groupe engage pour effectuer un regroupement d'entreprises sont comptabilisés en charges lorsqu'ils sont encourus.

Les actifs identifiables de la société acquise, les passifs existants ou éventuels qui remplissent les conditions posées pour leur comptabilisation par la norme IFRS 3 sont constatés à leur juste valeur à la date d'acquisition, à l'exception des actifs non courants (ou groupes d'actifs destinés à être sortis du bilan) qui sont classés comme destinés à la vente, en application de la norme IFRS 5 « *Actifs non courants destinés à la vente et opérations abandonnées* », qui sont comptabilisés et évalués à leur juste valeur diminuée des coûts de cession.

2.4.1. Goodwill

Le goodwill résultant de l'acquisition d'une filiale représente l'excédent entre le coût d'acquisition des titres et le solde net des actifs identifiables acquis et des passifs repris à la date d'acquisition. Le Goodwill est initialement comptabilisé comme un actif évalué à son coût et il est ensuite diminué d'éventuelles dépréciations. Si la part d'intérêt du Groupe dans la juste valeur nette des actifs identifiables, des passifs existants et éventuels de la société acquise excède le coût du regroupement d'entreprises, l'excédent est immédiatement comptabilisé au résultat.

Ce Goodwill est testé annuellement et pour la première fois avant la fin du délai d'évaluation. Pour la réalisation de ce test, le Goodwill est alloué à chacune des unités génératrices de trésorerie (UGT) du Groupe, dont on s'attend à ce qu'elles bénéficient des synergies liées au regroupement. Les UGT sont testées annuellement pour dépréciation, ou plus fréquemment, lorsqu'il existe un indice de perte de valeur.

Si la valeur recouvrable de l'UGT est inférieure à sa valeur nette comptable, la perte pour dépréciation est en priorité affectée pour réduire l'écart d'acquisition, puis, au prorata de la valeur nette comptable, des actifs de ladite unité. Une perte pour dépréciation reconnue sur un écart d'acquisition ne peut être reprise sur un exercice ultérieur.

Lors de la cession de la filiale ou de l'entité contrôlée conjointement, le montant attribué à l'écart d'acquisition est pris en compte dans la détermination des profits ou pertes de cession.

2.4.2. Participations ne donnant pas le contrôle

Pour chaque prise de contrôle, le Groupe décide de reconnaître les participations ne donnant pas le contrôle sur la base de leur juste valeur ou sur la base de leur quote-part d'actif net. En fonction des acquisitions, conformément à IFRS 3, le Groupe décide de prendre en compte les intérêts minoritaires sur les écarts d'acquisition (méthode du full goodwill).

2.5. Transactions en devises étrangères

Les états financiers de chacune des entités du Groupe sont présentés dans la devise de l'environnement économique principal dans lequel elle opère (devise fonctionnelle). Pour les besoins de la préparation des états financiers consolidés, les résultats et la situation financière de chaque entité sont exprimés en euro, qui est la devise fonctionnelle du Groupe et la devise de présentation des états financiers consolidés.

2.5.1. Transactions en devises

Dans la préparation des états financiers des entités individuelles, les transactions dans des devises autres que la devise fonctionnelle de l'entité sont enregistrées au taux de change effectif à la date de transaction. A chaque date de clôture, les éléments monétaires en devises étrangères sont traduits au taux effectif à la date de clôture. Les éléments non monétaires libellés en devises étrangères sont comptabilisés au cours historique en vigueur à la date de transaction.

Les différences de change qui résultent de la traduction des éléments monétaires ou de leur paiement sont incluses dans le compte de résultat pour l'exercice.

2.5.2. États financiers libellés en devises

Pour les besoins de la présentation des états financiers consolidés, les actifs et passifs des opérations du Groupe à l'étranger (y compris les informations comparables) sont exprimées en euros, en utilisant les taux de change en vigueur à la date de clôture. Les charges et produits (y compris les informations comparables) sont traduits au taux de change moyen pour l'exercice. Les écarts de conversion en résultant sont comptabilisés directement dans les autres éléments du résultat global. Ces écarts sont repris en résultat lors de la cession ou de l'arrêt de l'activité étrangère.

Les écarts d'acquisition et les ajustements de la juste valeur résultant de l'acquisition d'une entité étrangère sont convertis en euros au taux de clôture.

2.6. Actifs non courants destinés à être cédés et abandon d'activité

Les actifs non courants et les groupes d'actifs destinés à être « sortis » du bilan sont classés comme « actifs destinés à être cédés », si leur valeur nette comptable doit être recouvrée sous la forme d'une transaction de vente, plutôt que par la poursuite de leur utilisation.

Cette condition n'est considérée comme remplie que lorsque la vente est hautement probable et que l'actif (ou le groupe d'actifs) est disponible pour une vente immédiate en l'état. La direction doit également s'être engagée en faveur de cette vente, qui doit être effective dans les 12 mois qui suivent la classification en actifs destinés à la vente.

Il en va de même si la prospection commerciale d'une activité est arrêtée ou si l'activité concernée entre en phase d'exploitation à minima du portefeuille d'abonnements précédemment constitué, en attendant la conclusion effective d'une transaction de vente.

Dans ce dernier cas, cette condition est remplie lorsque la direction considère sa décision irrévocable.

2.7. Actifs incorporels

Le Groupe présente ses actifs incorporels conformément à la norme IAS 38 « *Immobilisations incorporelles* ». Un actif incorporel est identifiable c'est à dire séparable ou résultant de droits contractuels ou légaux. Seuls les éléments dont le coût peut être déterminé de façon fiable et pour lesquels il est probable que les avantages économiques futurs iront au Groupe sont comptabilisés en immobilisations.

Un actif généré de manière interne n'est pas comptabilisé comme un actif. Pour cette raison, le portefeuille d'abonnements et les listes de clients générés en interne ne sont pas comptabilisés comme des actifs incorporels. Les dépenses relatives à la prospection de nouveaux clients, à la création du portefeuille d'abonnements et à la fidélisation des clients existants sont comptabilisées directement en charges dès qu'encourues.

Les actifs incorporels sont initialement évalués à leur coût. Après sa comptabilisation initiale, le Groupe mesure un actif incorporel à son coût diminué de l'amortissement cumulé et des pertes de valeur éventuelles cumulées.

Les immobilisations en cours correspondent aux coûts réels des biens non encore achevés à la date de clôture de l'exercice.

Un actif incorporel avec une durée de vie utile déterminée est amorti sur cette durée de vie. Les durées d'utilité estimées sont les suivantes :

- Logiciel bureautique 3 ans
- Logiciel applicatif 3 à 5 ans
- Contrat éditeur 5 ans

Les marques acquises lors d'un regroupement d'entreprise sont des actifs incorporels comptabilisés à leur juste valeur et à durée de vie indéfinie. Un actif incorporel à durée de vie indéfinie n'est pas amorti et, conformément à IAS 36

« Dépréciation d'actifs », fait l'objet d'un test de dépréciation d'actifs réalisé à la date de clôture ou à chaque fois qu'il existe des indices témoignant d'une perte de valeur.

2.8. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont initialement comptabilisées à leur coût de revient, qui inclut toutes les dépenses nécessaires à leur mise en service.

Le Groupe enregistre ses immobilisations conformément à l'approche par composants, le remplacement d'un composant est enregistré comme un actif et l'actif remplacé est sorti à sa valeur nette comptable.

Après l'acquisition, le Groupe évalue les immobilisations corporelles à leur coût de revient diminué de l'amortissement cumulé et des éventuelles pertes de valeur constatées cumulées.

Les immobilisations corporelles sont amorties selon la durée d'utilisation attendue par le Groupe. La base amortissable des actifs correspond au coût d'acquisition, aucune valeur résiduelle significative n'ayant été identifiée. Le montant amortissable prend en compte la valeur résiduelle estimée à la fin de la durée de vie utile du bien si elle est jugée significative. La méthode d'amortissement et son taux sont revus chaque année.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement selon les durées d'utilité estimées suivantes :

• Constructions	50 ans
• Agencements et aménagements des constructions	3 à 10 ans
• Installations techniques, matériel et outillage industriel	3 à 10 ans
• Matériel de restaurant d'entreprise	3 à 10 ans
• Mobilier de bureau	3 à 10 ans
• Matériel de transport	3 à 4 ans
• Matériel de bureau	3 à 10 ans
• Matériel informatique	3 ans à 5 ans

Les biens financés par un contrat de location financement sont comptabilisés dans l'actif immobilisé (cf. note ci-dessous).

2.9. Contrats de location

Conformément à IFRS 16, tous les contrats de location sont retraités à l'exception des contrats dont la durée est inférieure à 12 mois sans option d'achat et des contrats d'un montant inférieur à 5 k€.

Les actifs sous contrat de location sont comptabilisés comme des actifs du Groupe à leur juste valeur à la date de début du contrat ou, si elle est plus faible, à la juste valeur des paiements minimaux due au titre du contrat de location. La dette correspondante vis-à-vis du bailleur est incluse dans le bilan comme un emprunt. Les paiements effectués au titre de la location sont ventilés entre la charge d'intérêts et le remboursement de la dette. Les charges d'intérêts sont comptabilisées en résultat financier.

2.10. Dépréciation d'actifs

Conformément à la norme IAS 36 « Dépréciation d'actifs », lorsque des événements ou modifications d'environnement de marché indiquent un risque de perte de valeur des immobilisations incorporelles et corporelles, celles-ci font l'objet d'un test de dépréciation afin de déterminer si leur valeur nette comptable est inférieure à leur valeur recouvrable.

La valeur recouvrable des actifs est calculée au minimum chaque fin d'année même en l'absence d'indicateur de perte de valeur possible pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, immobilisations en cours et Goodwill résultant d'un regroupement d'entreprises.

La valeur recouvrable est la plus importante des deux valeurs suivantes :

- Le prix de vente net,
- La valeur d'utilité.

La valeur d'utilité se fonde sur l'actualisation des flux de trésorerie futurs. Les projections des flux de trésorerie futurs sont établies à partir de prévisions pour les 5 prochaines années et d'une valeur actualisée à l'infini. Le taux d'actualisation retenu est un taux après impôt reflétant les appréciations actuelles du marché de la valeur temps de l'argent et des risques spécifiques à l'actif. Les hypothèses retenues en termes de variation du chiffre d'affaires et de valeurs terminales sont prudentes et conformes aux données de marché disponibles pour chacune des unités opérationnelles.

Dans certains cas, la valeur recouvrable d'un actif isolé ne peut être déterminée, c'est à dire qu'il ne génère pas d'entrées de trésorerie indépendantes de celles d'autres actifs. Dans cette situation, la valeur recouvrable est déterminée sur l'unité génératrice de trésorerie (UGT) auquel il appartient.

Si la valeur recouvrable est inférieure à la valeur nette comptable de l'actif, une perte de valeur est immédiatement constatée en résultat pour la différence entre ces deux montants. Dans le cas d'une UGT comprenant un écart d'acquisition, l'écart d'acquisition est déprécié prioritairement, puis les autres actifs sont dépréciés au prorata de leur valeur nette comptable.

Une perte de valeur comptabilisée sur un écart d'acquisition est irréversible.

Pour les autres actifs, si les circonstances qui ont amené à constater la perte de valeur ont disparu, la perte de valeur est réversible. Cependant, le montant de la valeur nette comptable augmentée d'une reprise de perte de valeur ne peut pas excéder la valeur nette comptable qui aurait été déterminée si aucune perte de valeur n'avait été comptabilisée pour cet actif au cours des années précédentes.

2.11. Stocks

Les stocks sont évalués au plus faible de leur coût de revient (selon la méthode du premier entré, premier sorti) et de leur valeur nette de réalisation.

La valeur nette de réalisation représente le prix de vente estimé dans le cours normal de l'activité, diminué des coûts attendus pour l'achèvement ou la réalisation de la vente.

2.12. Clients et autres débiteurs

Les créances commerciales à court terme et autres débiteurs sont comptabilisés à leur valeur nominale diminuée des dépréciations pour pertes de crédit attendues.

Les créances clients sont initialement comptabilisées à leur juste valeur. Une provision pour dépréciation des créances clients est constituée lorsqu'il existe un indicateur objectif de l'impossibilité du Groupe à recouvrer la totalité des montants dus dans les conditions initialement prévues. Les provisions sont valorisées sur la base de la perte de valeur attendue à maturité.

2.13. Trésorerie et équivalents de trésorerie

Conformément à la norme IAS 7 « *Tableau des flux de trésorerie* », la trésorerie comprend les liquidités ainsi que les placements à court terme liquides, principalement des comptes à terme, facilement convertibles en un montant connu

de trésorerie et soumis à un risque négligeable de changement de valeur. Les équivalents de trésorerie sont détenus dans le but de faire face aux engagements de trésorerie à court terme plutôt que pour un placement ou d'autres finalités.

Les placements dans des actions cotées, les placements à plus de trois mois sans possibilité de sortie anticipée ainsi que les comptes bancaires faisant l'objet de restrictions (comptes bloqués) sont exclus de la trésorerie.

Les découverts bancaires figurent en passifs financiers courants.

2.14. Actifs financiers

Conformément à la norme IFRS 9 « *Instruments financiers* », les valeurs mobilières de placement sont évaluées à leur juste valeur.

Les variations de juste valeur sont comptabilisées directement en résultat (en charges et produits financiers relatifs aux disponibilités et aux valeurs mobilières de placement).

2.15. Actions auto-détenues

Lorsque le Groupe rachète ses propres actions, le montant payé et les coûts de transaction directement imputables sont comptabilisés comme une variation des capitaux propres.

Les résultats de cession de ces titres sont imputés directement dans les capitaux propres et ne contribuent pas au résultat de l'exercice.

2.16. Avantages accordés au personnel

Conformément à la norme IAS 19 R, les avantages postérieurs à l'emploi sont comptabilisés selon l'un des deux régimes suivants :

- Les régimes à cotisations définies ;
- Les régimes à prestations définies.

Pour les régimes de base et autres régimes à cotisations définies, le Groupe comptabilise en charges les cotisations à payer lorsqu'elles sont dues et aucune provision n'est comptabilisée, le Groupe n'étant pas engagé au-delà des cotisations versées.

Les régimes à prestations définies désignent les régimes d'avantages postérieurs à l'emploi qui garantissent à certaines catégories de salariés des ressources complémentaires contractuelles ou conventionnelles (conventions collectives).

Cette garantie de ressources complémentaires constitue pour le Groupe une prestation future pour laquelle un engagement est calculé. Le Groupe calcule l'engagement brut en multipliant les droits acquis par le personnel par la probabilité de devoir payer ces droits et un coefficient d'actualisation.

Les droits acquis par le personnel correspondent à la multiplication de la quantité de droits acquis à la date de clôture par le salaire estimé de fin de carrière (méthode dite « rétrospective avec salaire de fin de carrière »).

La probabilité que l'entreprise a de devoir verser ces droits est une combinaison de deux probabilités : probabilité de vie à la date de la retraite et probabilité d'être présent dans l'entreprise à l'âge de la retraite (rotation du personnel).

Pour le facteur d'actualisation, le Groupe retient le taux des obligations privées de première catégorie et de même maturité que celle des engagements évalués, soit le taux 15 ans Bloomberg taux ZC corporate AA.

La valeur actuelle de l'engagement est inscrite au bilan, déduction faite de la juste valeur des actifs du régime. Le calcul est effectué annuellement par un actuaire pour les indemnités de départ.

Le Groupe comptabilise les écarts actuariels dans les autres éléments du résultat global.

Au sein du Groupe, les régimes à prestations définies concernent le régime d'indemnités de départ.

Les engagements sont tout ou partiellement couverts par des contrats d'assurance.

La charge représentative de l'évolution des engagements nets au titre des pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi est comptabilisée dans le résultat opérationnel, pour le coût des services rendus, et, dans le résultat financier pour la part des intérêts nets sur le passif.

2.17. Paiements en actions ou assimilés

Conformément à la norme IFRS 2 « *Paiements en actions* », le Groupe comptabilise dans ses états financiers l'impact de l'attribution aux salariés d'options de souscription ou d'achat d'actions et de l'attribution d'actions gratuites.

Les transactions de paiements en actions ou assimilés dénouées par remise d'instruments de capitaux propres sont évaluées à la juste valeur des instruments financiers attribués et sont comptabilisées en charge sur la période d'acquisition des droits d'exercice par les salariés. La contrepartie est comptabilisée en augmentation des capitaux propres. Cette comptabilisation n'est pas linéaire mais dépend des conditions d'acquisition des droits spécifiques à chaque plan.

Les options de souscription ou d'achat d'actions accordées aux salariés sont évaluées à leur juste valeur à la date d'octroi. La juste valeur des options a été déterminée en utilisant le modèle mathématique de valorisation Black, Scholes & Merton, sur la base d'hypothèses déterminées par la direction. Les évolutions de valeur postérieures à la date d'octroi sont sans incidence sur cette évaluation initiale.

La valeur des options est notamment fonction de leur durée de vie attendue, que le Groupe a estimée correspondre à leur période d'indisponibilité fiscale, soit 4 ans.

2.18. Provisions

Une provision est inscrite au bilan du Groupe parce qu'elle résulte d'une obligation actuelle née d'un événement passé et qu'il est probable qu'il y aura un flux de sortie de ressources à l'avenir pour éteindre cette obligation.

Le montant de la provision correspond à la meilleure estimation actuelle de la dépense pour éteindre l'obligation existant à la date de clôture. Les risques et incertitudes sont pris en compte. Les provisions, toutes à moins d'un an, ne font pas l'objet d'actualisation.

2.19. Passifs Financiers

Conformément à la norme IFRS 9 « Instruments financiers », un passif financier existe lorsqu'une entité est obligée, par contrat, de remettre de la trésorerie ou d'autres actifs, ou d'échanger des instruments financiers à des conditions défavorables pour elle, à une autre entité.

Les passifs financiers sont en principe comptabilisés au coût amorti, sauf exceptions pour la juste valeur par résultat.

Les passifs financiers comprennent notamment les engagements de rachat d'actions auprès des actionnaires minoritaires.

Les engagements de rachat d'actions sont déterminés à partir d'accords contractuels avec les actionnaires minoritaires ou majoritaires sur la base de formule de prix convenues. L'évaluation de ces engagements d'achat s'appuie sur des données budgétaires prévisionnelles actualisées et des hypothèses d'exercice de ces engagements applicables à chaque échéance prévue dans les accords contractuels.

2.20. Fournisseurs et autres créditeurs

Les dettes commerciales et les autres dettes sont enregistrées à leur valeur faciale.

2.21. Impôt différé

Les impôts différés sont calculés pour chaque entité, sur la base d'une analyse bilancielle, pour les différences temporelles entre la valeur comptable des actifs et passifs figurant au bilan et leur base fiscale correspondante.

Les actifs et passifs d'impôts différés sont évalués aux taux d'impôt dont l'application est attendue à la date où l'actif d'impôt différé sera récupéré ou à celle où le passif d'impôt différé sera soldé. La règle du report variable est appliquée et les effets des modifications des taux d'imposition sont inscrits dans les capitaux propres ou le résultat de l'exercice au cours duquel le changement de taux est décidé.

Les impôts différés actifs et passifs sont compensés, lorsqu'il existe un droit légal de le faire et que les impôts relèvent de la même autorité fiscale.

Conformément à la norme IAS 12, le Groupe comptabilise un impôt différé passif dans sa totalité. Un impôt différé actif peut résulter de déficits reportables, de crédits d'impôts et de différences temporelles entre valeurs comptables et valeurs fiscales des actifs et passifs. Les actifs d'impôts différés ne sont comptabilisés que lorsque les projections de résultats sont durablement positives.

Pour apprécier la capacité du Groupe à récupérer ces actifs, il est notamment tenu compte des éléments suivants :

- Prévisions de résultats fiscaux futurs ;
- Part des charges exceptionnelles ne devant pas se renouveler à l'avenir incluse dans les pertes passées ;
- Historique des résultats fiscaux des années précédentes.

Les impôts différés actifs et passifs ne sont pas actualisés.

2.22. Chiffre d'affaires

Le volume d'affaires brut du Groupe est constitué par les ventes :

- d'abonnements,
- de livres et d'autres produits culturels,
- de contrats d'assurance,
- de prestations de services.

2.22.1. Vente d'abonnements

ADLPartner intervient en tant que commissionnaire de presse suivant le statut français correspondant. Il prospecte, commercialise et gère des abonnements pour le compte d'éditeurs, qui sont donc les clients d'ADLPartner. ADLPartner joue un rôle d'agent entre les abonnés et les éditeurs suivant les dispositions d'IFRS 15.

Le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut français de commissionnaire de presse) est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette de la quote-part éditeurs, des annulations clients, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes. Autrement dit, seule la commission à laquelle ADLPartner a droit est reconnue en chiffre d'affaires.

ADLPartner a donc une obligation de prestation en tant que commissionnaire vis-à-vis des éditeurs, basée, soit sur le nombre de revues vendues, soit sur le nombre d'abonnés recrutés. Le transfert du contrôle se fait à la date d'apport de l'affaire. Le chiffre d'affaires est comptabilisé à un instant t sur la base du nombre de revues connu vendu à cet instant, en distinguant deux cas :

- Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Libre (ADL), avec ou sans offre « belle prime », est comptabilisé au rythme de la livraison des revues par les éditeurs, compte tenu de la capacité de l'abonné à résilier son contrat à tout moment (avec remboursement de la prime dans le cas d'une offre « belle prime »).
- Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Déterminée (ADD) est comptabilisé intégralement lors de la transmission des avis de mise en service auprès des éditeurs en fonction du nombre de revues promis. En effet, à la date de souscription, l'éditeur acquiert le droit de prospector le nouvel abonné. ADLPartner a, dès cette date, satisfait à son obligation de prestation en apportant également un nombre déterminé de revues à livrer par l'éditeur.

Pour les offres ADL et ADD, le chiffre d'affaires est reconnu à hauteur du recouvrement probable. Ce montant est approximé en comptabilisant en diminution du chiffre d'affaires, les commissions dues non reçues, du fait d'un défaut de l'abonné, constatées sur l'année.

Enfin, l'obligation de performance correspondant à la gestion administrative des abonnements représentant un impact non significatif, elle n'a donné lieu à aucune comptabilisation isolée de chiffre d'affaires.

2.22.2. Vente de livres et autres produits culturels

Dans le cas des ventes de Livres, Objets, Audio Vidéo (LOAV), ADLPartner est principal au titre de son obligation de livraison. Le chiffre d'affaires est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir nette des annulations, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes. En effet, ADLPartner a la responsabilité du produit vendu, et détermine le prix à l'article. ADLPartner est exposé au risque sur stock.

2.22.3. Vente de contrats d'assurance

ADLPartner agit en tant qu'intermédiaire entre l'assureur et l'assuré, en proposant à des particuliers la souscription de contrats d'assurance. Il perçoit une commission des assureurs à ce titre. L'obligation de prestation d'ADLPartner est satisfaite à la date de mise en place du contrat.

Le chiffre d'affaires comptabilisé comprend les commissions émises et à émettre pour les contrats souscrits à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation.

Par ailleurs, l'obligation de performance correspondant à la gestion administrative des contrats représentant un impact non significatif, elle n'a donné lieu à aucune comptabilisation isolée de chiffre d'affaires.

2.22.4. Vente de prestations de services

Dans le cas des activités digitales, les contrats basés sur des services incluent principalement les services délivrés aux entreprises. Les services récurrents correspondent à une seule et même obligation de prestation, composée de services fournis progressivement.

Le chiffre d'affaires des contrats basés sur des services est comptabilisé au fur et à mesure que le Groupe acquiert le droit de facturer au rythme du transfert du contrôle aux clients.

2.23. Coûts d'emprunts

Tous les coûts d'emprunts sont comptabilisés en résultat sur l'exercice au cours duquel ils sont engagés.

2.24. Impôt sur les sociétés

La charge d'impôt pour le Groupe correspond à la somme de l'impôt exigible et de l'impôt différé.

L'impôt exigible est constitué du montant d'impôt payable (ou récupérable) relatif au bénéfice (ou à la perte) taxable de l'exercice. L'impôt différé est relatif aux différences entre les montants comptabilisés au bilan pour les actifs et les passifs et les bases fiscales retenues pour ceux-ci.

La charge d'impôt des activités abandonnées figure au poste « résultat des activités arrêtées ou en cours de cession ».

2.25. Secteurs opérationnels et géographiques

Un secteur est une composante distincte du Groupe, engagée dans la fourniture de biens ou de services (secteur d'activité) ou dans la fourniture de biens ou de services au sein d'un environnement économique particulier (secteur géographique), et exposée à des risques et dégagant une rentabilité, qui diffère des risques et de la rentabilité des autres secteurs. Les résultats opérationnels de ces secteurs sont examinés par la direction et utilisés pour prendre des décisions stratégiques.

Les informations concernant les secteurs opérationnels et géographiques se fondent sur les mêmes règles et principes comptables que ceux qui ont été utilisés pour la préparation des états financiers consolidés.

3. Notes relatives au bilan

3.1. Goodwill

En cohérence avec notre présentation, le groupe présente ses goodwill en suivant les secteurs de l'information sectorielle sans que cela ait de conséquence sur la façon dont le groupe suit et teste ses goodwill annuellement conformément aux exigences d'IAS 36.

Les goodwill de 31 031 k€ au 31/12/2022 se décomposent comme suit :

En k€	Valeur brute au 31/12/2021	Augmentation	Diminution	Valeur brute au 31/12/2022
ADLPartner	170	0	0	170
ADLP Assurances	190	0	0	190
Déuple Ingénierie Marketing	15 515	9 742	-102	25 155
Déuple Conseil et Technologie	7 220	0	0	7 220
TOTAL	23 095	9 742	-102	32 735

En k€	Dépréciation au 31/12/2021	Augmentation	Diminution	Dépréciation au 31/12/2022
ADLPartner	146	24	0	170
ADLP Assurances	0	0	0	0
Déuple Ingénierie Marketing	1 036	600	-102	1 534
Déuple Conseil et Technologie	0	0	0	0
TOTAL	1 182	624	-102	1 704

En k€	Valeur nette au 31/12/2021	Augmentation	Diminution	Valeur nette au 31/12/2022
ADLPartner	24	0	-24	0
ADLP Assurances	190	0	0	190
Déduple Ingénierie Marketing	14 479	9 142	0	23 621
Déduple Conseil et Technologie	7 220	0	0	7 220
TOTAL	21 913	9 142	-24	31 031

L'évolution sur Déduple Ingénierie Marketing est principalement liée à la prise de contrôle par Déduple Ingénierie Marketing de la société Brainsonic au 14/09/2022 et de la société E-Retail Development au 16/12/2022.

Suite aux travaux du management il ressort une dépréciation du Goodwill d'Activis de 600K€.

La déconsolidation d'Activis Suisse suite à sa liquidation génère un impact de -102K€ sur la dépréciation de Goodwill de Déduple Ingénierie Marketing.

Les goodwill sont testés annuellement dans le cadre des unités génératrices de trésorerie (UGT) auxquels ils sont alloués. Des tests de valeur ont été effectués au 31 décembre 2022 sur la base des prévisions actualisées de flux de trésorerie et des tests de sensibilité et selon plusieurs scénarios d'activité. La projection des flux de trésorerie a été établie à partir des prévisions les plus récentes approuvées par la direction pour les cinq prochaines années et d'une valeur actualisée à l'infini.

Les principales hypothèses retenues pour la détermination de la valeur d'utilité sont relatives :

- aux tendances d'évolutions des principaux marchés ;
- à l'évolution des taux d'actualisation

Le taux d'actualisation utilisé dépend du coût moyen pondéré des capitaux utilisés par le Groupe, il s'établit à 10,71% (8,85% en N-1). Le taux de croissance à long terme retenu s'établit quant à lui à 1,5%. Le Groupe a également effectué un test de sensibilité de la charge de dépréciation aux variations des principales hypothèses utilisées (c'est-à-dire le taux d'actualisation après impôts et le taux de croissance à long terme).

Pour l'ensemble des UGT, les principales hypothèses ont été modifiées comme suit :

- Taux d'actualisation après impôts : +/- 5%
- Taux de croissance à long terme : +/- 0,5%

3.2. Immobilisations incorporelles

Valeurs brutes (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
Au 1er janvier 2021	11 375	4 828	16 203
Acquisitions	1 213	0	1 213
Variation de périmètre	1 700	9	1 709
Cessions	-13	0	-13
Mises au rebut	0	0	0
Au 1er janvier 2022	14 275	4 837	19 112
Acquisitions	1 746	0	1 746
Variation de périmètre	4 151	0	4 151
Cessions	-3	0	-3
Mises au rebut	-1 216	0	-1 216
Au 31 décembre 2022	18 953	4 837	23 790

Amortissements cumulés et dépréciations (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
Au 1er janvier 2021	9 082	4 384	13 466
Variation de périmètre	990	8	998
Amortissements et provisions de l'exercice	1 701	52	1 753
Mises au rebut	0	0	0
Au 1er janvier 2022	11 773	4 444	16 217
Variation de périmètre	2 267	0	2 267
Amortissements et provisions de l'exercice	1 378	370	1 748
Mises au rebut	-1 216	0	-1 216
Au 31 décembre 2022	14 202	4 814	19 016

Valeurs nettes :

Au 31 décembre 2022	4 751	24	4 775
Au 31 décembre 2021	2 502	393	2 895

La marque OFUP, acquise de son ancienne filiale OFUP, est complètement dépréciée au 31/12/2022. Cette marque est désormais intégrée aux stratégies de commercialisation de l'activité Solutions Abonnement qui représente la quasi-totalité de la société ADLPartner.

3.3. Immobilisations corporelles

En k€	Terrains & constructions	Agencements Installations	Matériels & équipements	Total
Valeurs brutes :				
Au 1er janvier 2021	3 458	2 490	4 676	10 624
Acquisitions	0	371	541	912
Variation de périmètre	0	5	55	60
Cessions	0	0	-30	-30
Mises au rebut	0	-36	-156	-192
Au 1er janvier 2022	3 458	2 830	5 086	11 374
Acquisitions	12	175	707	894
Variation de périmètre	0	752	1 346	2 098
Cessions	0	-2	-32	-34
Mises au rebut	-9	-1 124	-319	-1 452
Au 31 décembre 2022	3 461	2 631	6 788	12 880

Amortissements cumulés et dépréciations :

Au 1er janvier 2021	1 020	2 026	3 575	6 621
Charge d'amortissement de l'exercice	121	245	453	819
Variation de périmètre	0	1	34	35
Cessions	0	0	-12	- 12
Mises au rebut	0	-36	-156	-192
Au 1er janvier 2022	1 141	2 236	3 894	7 271
Charge d'amortissement de l'exercice	126	228	570	924
Variation de périmètre	0	362	1 140	1 502
Cessions	0	-1	-28	- 29
Mises au rebut	-9	-1 124	-319	-1 452
Au 31 décembre 2022	1 258	1 701	5 257	8 216

Valeurs nettes :

Au 31 décembre 2022	2 203	930	1 531	4 664
Au 31 décembre 2021	2 317	594	1 192	4 103

3.4. Autres actifs financiers non courants

En k€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Solde au 31/12/2021	1 523	0	1 523
Augmentation	341		0
Remboursement	-47		0
Variation de périmètre	257		0
Solde au 31/12/2022	2 074	0	1 523

En k€	2022	2021
Dépôts de garantie	1 211	869
Prêts	738	529
Autres titres immobilisés	125	125
TOTAL	2 074	1 523

3.5. Impôts différés actifs

Se référer à la note 4.6 « Impôt sur le résultat ».

3.6. Stocks

En k€	2022	2021
Matières premières	20	0
Primes (cadeaux clients)	4 177	9 136
Livres-audio-vidéo-objets et compléments alimentaires	80	114
Documents de traitements, emballages	42	38
En cours de production de services	570	0
Produits intermédiaires et finis	108	0
Total général au coût historique	4 997	9 288
Dépréciation primes (cadeaux clients)	-625	-1 295
Dépréciation livres-audio-vidéo-objets	-37	-
		53
Dépréciation documents de traitements, emballages	-5	-6
Total dépréciation à la clôture	- 667	-1 354
TOTAL NET à la valeur de réalisation	4 330	7 934

3.7. Clients et autres débiteurs

En k€	2022	2021
Valeur brute des créances sur la vente de produits et services	45 398	41 780
Dépréciation sur créances clients	-2 094	-1 426
Avances et acomptes	875	993
Créances sur les États	5 884	6 298
Autres débiteurs	3 492	2 990
TOTAL	53 555	50 635

Le montant net comptabilisé pour les créances correspond à leur juste valeur.

3.8. Autres actifs

En k€	2022	2021
Charges constatées d'avance	2 489	1 843
Autres actifs	0	0
TOTAL	2 489	1 843

Les charges constatées d'avance concernent principalement les charges exposées pour la conception, la fabrication, le routage, l'affranchissement des mailings et engagées sur l'exercice clos pour les opérations commerciales débutant après la clôture.

3.9. Trésorerie et équivalents de trésorerie

3.9.1. Trésorerie

En k€	2022	2021
Parts de fonds monétaires	810	806
Liquidités en banque et en caisse	51 769	33 581
Dépôts bancaires à court et moyen terme	8 010	5 010
TOTAL	60 589	39 397

Les soldes bancaires et la trésorerie comprennent les actifs détenus sur les comptes de dépôts bancaires, dont la maturité est à moins de trois mois.

Les dépôts bancaires à court et moyen terme sont composés par des comptes à terme en euros à taux fixe et à taux progressif pour lesquels il existe des options de sortie exerçables à tout moment et prévues au contrat, sans risque de variation de valeur du montant de trésorerie reçu en remboursement.

3.9.2. Risque de crédit et de taux

Les principaux actifs financiers du Groupe sont les comptes bancaires et la trésorerie, les créances clients et autres débiteurs.

Le risque de crédit et de taux sur les actifs de trésorerie est limité, du fait que les contreparties en sont des banques avec de hauts niveaux de notation de crédit attribuée par des agences internationales de notation.

Le risque de crédit et de taux du Groupe est essentiellement lié à ses créances clients. Les montants présentés au bilan sont nets de provisions pour dépréciation.

Le Groupe n'a pas de concentration significative de son risque de crédit et de taux, avec une exposition largement répartie sur de nombreux acteurs du marché.

3.10. Capitaux propres

3.10.1. Capital social

En k€	2022	2021
A l'ouverture de l'exercice	6 479	6 479
Réduction par annulation d'actions propres	0	0
A la clôture de l'exercice	6 479	6 479

La société a une seule classe d'actions ordinaires donnant toutes droit aux mêmes dividendes. Les actions inscrites au nominatif depuis plus de 2 ans bénéficient d'un droit de vote double.

3.10.2. Plans d'attribution d'options d'achat d'actions

La société ADLPartner a mis en place plusieurs plans de stock-options au bénéfice de divers cadres supérieurs et dirigeants du Groupe dont seul le plan AG émis le 23 décembre 2014 était encore en vigueur durant l'exercice.

La valeur du sous-jacent correspond à la moyenne des cours de bourse des 20 derniers jours de bourse à la date de l'attribution.

La période d'acquisition des droits est échelonnée sur 3 ans pour le plan AG à compter de la date d'attribution.

Les options sont caduques au-delà d'un délai de 5 à 10 années après la date d'attribution. Les options ne peuvent être levées en cas de départ du Groupe par les attributaires.

Lorsqu'une option est exercée, le dénouement se fait sous forme d'actions.

Seuls les plans de stock-options émis à partir du 7 novembre 2002 sont comptabilisés selon IFRS 2.

Les justes valeurs des stock-options sont calculées selon le modèle de Black – Scholes & Merton. Les options sont généralement considérées comme exercées à la fin de leur période d'indisponibilité fiscale, soit 4 ans. Cette période est prolongée de 2 ans pour les options exerçables pendant 10 ans. La volatilité attendue a été déterminée en utilisant la volatilité historique sur les quatre dernières années et en prenant en compte les estimations d'évolution. Lorsqu'une condition de marché est exigée en plus d'une condition de présence, le modèle utilisé est celui dit « Barrier Up & In » qui prend en compte la probabilité que cette condition de marché soit atteinte. Les autres paramètres sont identiques à ceux utilisés dans le modèle de Black-Scholes & Merton.

Les hypothèses retenues pour les plans sont les suivantes :

	Volatilité attendue	Durée de vie	Taux sans risque	Dividende
Plan AG	40%	5 ans	0,27%	4,42%

Les détails des plans en vigueur peuvent être présentés comme ci-dessous :

	Réf. Plan	Nombre d'options	Date d'attribution	Statut et nombre de bénéficiaires (*)	Valeur sous-jacente en €	Prix d'exercice en €	Date d'exercibilité	Date d'échéance	Valeur de l'option en €
Options attribuées et non exercées à l'ouverture de l'exercice									
	Plan AG	4 384	23/12/2014	5 A	13,69	13,69	23/12/2017	23/12/2022	3,1
Sous-total		4 384							
Options annulées ou caduques au cours de l'exercice									
	Plan AG	-2 192							
Options exercées au cours de l'exercice									
	Plan AG	-2 192							
Options attribuées et non exercées à la clôture de l'exercice		0							
Options exercées à la clôture de l'exercice		0							

(*) MS : Mandataire social ; A : Autre

Le Groupe n'a pas comptabilisé de charge au cours de l'exercice 2022 (comparée à une charge de 0 k€ en 2021), relative aux plans de stock-options.

3.10.3. Plans d'attribution d'actions gratuites

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 13 décembre 2019 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, était le cours spot à la date d'attribution soit 14,20 €.

Quatre plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place les 2 mars 2020, 10 novembre 2020 et 11 décembre 2020 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit respectivement 12,65€ ou 11,90€ ou 14,50€.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 17 décembre 2021 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit 22,20€.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 16 décembre 2022 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit 29,60€.

Pour les plans A 2019 & 2020 & 2021 & 2022, l'acquisition définitive des actions est conditionnée à une condition de présence de 2 ans. Pour les plans B et C 2019 & 2020 & 2021 & 2022, l'acquisition définitive des actions est conditionnée à une condition de présence de 2 ans et 4 mois ou 3 ans et 4 mois ainsi qu'à une condition de performance interne.

Le volume d'actions attribuées s'élève à la clôture à 104 111 contre 115 126 au 31/12/2021, et a donné lieu à une charge de 712 k€ au 31/12/2022, contre 551 k€ au 31/12/2021.

3.10.4. Actions auto-détenues

	En nombres de titres	En k€
Au 1er janvier 2021	210 665	3 029
Acquisitions	40 504	701
Cessions	-35 954	-604
Levées d'options	-10 166	-70
Attributions gratuites	-19 264	-288
Annulations	0	0
Au 1er janvier 2022	185 785	2 768
Acquisitions	41 389	1 194
Cessions	-27 172	-739
Levées d'options	-2 192	-33
Attributions gratuites	-34 320	-569
Annulations	0	0
Au 31 décembre 2022	163 490	2 621

Les mouvements ci-dessus globalisent ceux de l'animation de marché, des actions destinées à permettre de couvrir des obligations liées à des stock-options, des actions destinées à être annulées et des actions destinées à être remises dans le cadre d'une opération de croissance externe.

3.10.5. Dividendes

Une distribution de dividendes de 0,88 € par action a été votée par l'assemblée générale du 17 juin 2022, et mise en paiement le 24 juin 2022.

3.10.6. Participations ne donnant pas le contrôle

Les participations ne donnant pas le contrôle concernent le sous-groupe Dékuple Ingénierie Marketing B2B ainsi que les sociétés Converteo, Rocket Marketing, Brainsonic et E-Retail Development.

3.11. Résultat par action

Le résultat par action avant dilution est obtenu en divisant le résultat net part du Groupe par le nombre moyen pondéré d'actions en circulation au cours de l'exercice, à l'exclusion du nombre moyen des actions ordinaires achetées et auto-détenues.

Lorsque les fonds sont recueillis lors de l'exercice des droits (cas des options), ils sont supposés être affectés en priorité au rachat d'actions au prix du marché et ce uniquement si celui-ci est supérieur au prix d'exercice du droit.

Dans les deux cas, les fonds sont pris en compte prorata temporis lors de l'année d'émission des instruments dilutifs et aux premiers jours les années suivantes.

Le calcul du résultat de base et dilué par action attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère est basé sur les données suivantes :

En k€	2022	2021
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe	10 891	8 491
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
Résultats pour les besoins du résultat dilué par action	10 891	8 491

Résultat net des activités arrêtées part du Groupe	0	0
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
Résultats pour les besoins du résultat dilué par action	0	0

Nombre d'actions	2022	2021
Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat de base par action	3 989 953	3 966 365
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles :		
. Options	1 518	6 148
. Actions gratuites attribuées aux salariés	134 158	90 006
. Obligations convertibles	0	0
Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat dilué par action	4 125 628	4 062 520

	Résultat net (en k€)	Nombre d'actions	Résultat par action (en €)
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe de base par action	10 891	3 989 953	2,73
Options	0	1 518	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	134 158	
Obligations convertibles en actions	0	0	
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe dilué par action	10 891	4 125 628	2,64

Résultat net des activités arrêtées part du Groupe de base par action	0	3 989 953	0,00
Options	0	1 518	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	134 158	
Obligations convertibles en actions	0	0	
Résultat net des activités arrêtées part du Groupe dilué par action	0	4 125 628	0,00

Pour 2022, le résultat par action ressort à :

- 2,73 € pour le résultat net part du Groupe de base,
- 2,64 € pour le résultat net part du Groupe dilué.

3.12. Provisions à long terme

Elles sont uniquement constituées de provisions relatives à des avantages au personnel, comme le montre le tableau suivant :

	Indemnités fin de carrière	Retraites complémentaires	Total provisions à long terme
Solde au 1er janvier 2022	2 039	0	2 039
Variation de périmètre	317		317
Dotations de l'exercice	242		242
Reprises de l'exercice	0		0
Intérêts	31		31
Ecarts actuariels	-654		-654
Changement de méthode	-8		- 8
Cotisations versées par ADLPartner à l'actif de couverture	0		0
Charges sociales sur les prestations payées	0		0
Solde au 31 décembre 2022	1967	0	1967

Selon les réglementations et usages en vigueur, des avantages complémentaires peuvent être accordés au personnel.

Lorsque les avantages complémentaires octroyés au personnel donnent lieu à une prestation future pour le Groupe, une provision est calculée selon une méthode d'évaluation actuarielle avec les hypothèses décrites ci-dessous.

Les provisions inscrites au bilan correspondent à l'engagement en matière d'indemnités de fin de carrière net des actifs de couverture.

A ce jour, les éléments décrits ci-dessous concernent les seules sociétés françaises, aucun engagement en matière d'indemnités de fin de carrière ou de retraite n'ayant été donné dans les filiales étrangères du Groupe.

Les principales hypothèses utilisées pour les évaluations actuarielles des plans au titre des engagements en matière d'indemnités de fin de carrière sont les suivantes :

	2022	2021
Taux d'actualisation (*)	3,20 %	0,90 %
Augmentation annuelle des salaires	1,50 % à 3,50 %	1,00 % à 3,00 %
Taux de charges sociales	39,28 % à 57,39 %	39,28 % à 57,39 %
Turnover	0 à 10 %	0 à 10 %
Age de départ à la retraite	65 ans	65 ans
Table de survie	INSEE F2016-2018	INSEE F2011-2013
Table des droits	0 à 15 mois de salaire	0 à 10 mois de salaire

(*) Le taux d'actualisation utilisé est le taux 15 ans Bloomberg taux ZC corporate AA.

Les montants comptabilisés au titre des engagements de fin de carrière au bilan sont les suivants :

En k€	2022	2021
Valeur actuelle des obligations	2 611	2 671
Juste valeur des actifs des plans de retraite	-644	-632
Dette nette comptabilisée au bilan	1 967	2 039

La sensibilité de la valeur actuelle des obligations au taux d'actualisation est la suivante :

	Taux annuel d'actualisation		
	2,20 %	3,20 %	4,20 %
	(- 1 point)	(jeu de base)	(+ 1 point)
Valeur actualisée de l'obligation (En k€)	3 015	2 611	2 249

Les montants comptabilisés au titre des engagements de fin de carrière au compte de résultat sont les suivants :

En k€	2022	2021
Coût des services rendus au cours de l'exercice	338	333
Intérêts sur l'obligation	31	14
Rendement attendu des actifs du plan	-6	-3
Reprises liées aux départs de l'exercice	-98	-335
Prestations payées	0	-104
Coûts des services passés	0	0
Charge nette comptabilisée en résultat	266	-96

La charge pour l'exercice est incluse dans le compte de résultat pour -266 k€ en 2022 contre +96 k€ en 2021 :

- Sur la ligne charges de personnel pour -235 k€ contre +110 k€ en 2021,
- Sur la ligne coût de l'endettement financier brut pour -31 k€ contre -14 k€ en 2021,

Les changements dans la valeur actuelle des obligations liées aux indemnités de fin de carrière peuvent se présenter comme suit :

En k€	2022	2021
Obligations à l'ouverture de l'exercice	2 671	4 318
Variation de périmètre	309	52
Impact du changement de méthode	0	-1 249
Coût des services rendus	346	333
Intérêts	31	14
Gains/Pertes actuarielles	-648	-175
<i>Dont hypothèses démographiques</i>	-2	16
<i>Dont hypothèses financières</i>	647	-231
<i>Dont expérience</i>	3	40
Prestations payées	0	-286
Reprises liées aux départs non inclus dans le turnover	-98	-335
Coût des services passés	0	0
Obligations à la clôture de l'exercice	2 611	2 671

Les changements dans la juste valeur des actifs de couverture peuvent se présenter comme suit :

En k€	2022	2021
Juste valeur des actifs à l'ouverture	632	814
Rendement attendu	6	3
Gains et pertes actuarielles	6	-3
Contributions de l'employeur	0	0
Prestations payées	0	-182
Juste valeur des actifs à la clôture	644	632

La juste valeur des actifs des plans à la date de clôture s'analyse comme suit :

En %	2022	2021
Instruments de capitaux propres (actions)	7,2 %	7,2 %
Instruments de dettes (obligations)	85,8 %	85,8 %
Immobiliers	5,6 %	5,6 %
Autres actifs	1,4 %	1,4 %
TOTAL	100,0 %	100,0 %

Les actifs des plans de retraite ne comprennent ni les instruments financiers détenus en propre par le Groupe, ni les propriétés qu'il occupe ou aucun des actifs qu'il utilise.

L'échéancier des décaissements s'établit ainsi sur la base des flux non actualisés :

En K€	12 mois	1 à 2 ans	3 à 5 ans	au-delà de 5 ans
Indemnités de départ à la retraite	62	43	358	18 824
TOTAL	62	43	358	18 824

3.13. Passifs financiers

En k€

Passifs financiers non-courants	2022	2021
Découverts bancaires	0	0
Emprunts bancaires	24 717	2 096
Emprunts et dettes financières diverses	20 099	16 866
TOTAL	44 816	18 962

L'augmentation des « Emprunts bancaires » est liée essentiellement à la mise en œuvre de 23 M€ de conventions de prêt signées auprès d'établissements bancaires chez ADLPartner diminuée du remboursement des sommes prévues aux échéanciers des emprunts antérieurs.

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de Converteo, de Dékuple Ingénierie Marketing B2B, de Rocket Marketing, de Groupe Grand Mercredi, de Brainsonic et de E-Retail Development (se reporter à la note 5.7.1).

Pour l'ensemble des UGT, les principales hypothèses ont été modifiées comme suit :

- Business plan des UGT en entrée de périmètre : +/- 15%
- Business plan du management Dékuple : +/- 15%

Leur augmentation est liée aux investissements dans Brainsonic et E-Retail Development et à l'ajustement des anciens engagements de rachat.

En k€

Passifs financiers courants	2022	2021
Découverts bancaires	2 132	635
Emprunts bancaires	3 935	991
Emprunts et dettes financières diverses	37	48
TOTAL	6 104	1 674

3.14. Impôts différés passifs

Se référer à la note 4.6 Impôt sur le résultat.

3.15. Provisions à court terme

En k€	Pour litiges	Pour charges	Total court terme
Solde à l'ouverture	242	45	287
Variation de périmètre	101	0	101
Dotations de l'exercice	7	0	7
Utilisations de l'exercice	-80	-5	-85
Autres reprises de l'exercice	-23	-13	-36
Balance au 31 décembre 2022	247	27	274

Elles sont constituées au 31/12/2022 par :

- 27 k€ de provision pour restructuration.
- 247 k€ de provision pour divers litiges.

3.16. Fournisseurs et autres créditeurs

En k€	2022	2021
Avances et acomptes reçus	739	694
Fournisseurs	44 420	50 349
Dettes sur immobilisations	186	305
Autres créditeurs	2 364	3 156
TOTAL	47 709	54 504

La totalité de ces dettes est à moins d'un an.

3.17. Autres passifs

Ce poste est constitué par les produits constatés d'avance. Ceux-ci concernent les produits des opérations commerciales de l'année suivante, qui ont été reçus sur l'exercice en cours.

4. Notes relatives au compte de résultat

4.1. Produits – Information Sectorielle

D'un point de vue opérationnel, le Groupe suit l'activité à la fois par géographie et par offre.

Le Groupe identifie deux zones géographiques, la France et l'international

Le Groupe distingue trois offres :

- La Presse
- L'Assurance
- Le marketing digital.

Le marketing digital regroupe les activités commerciales de Conseil, de Services marketing en France et en Espagne.

Le volume d'affaires brut 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'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 puisque le coût des magazines vendus est déduit du montant des ventes encaissées.

Le chiffre d'affaires de l'activité assurance comprend les commissions émises et à émettre pour les contrats souscrits à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation. Ce chiffre d'affaires correspond à une marge brute.

Le chiffre d'affaires des activités digitales est constitué des services délivrés au fur et à mesure du transfert du contrôle aux clients.

Le chiffre d'affaires net hors taxes se présente comme suit :

Chiffres d'Affaires – Par zones géographiques (en M€) :	2022	2021	Variation
France	163,5	146,8	16,6%
International	17,8	17,5	30,6%
TOTAL	181,3	164,3	10,3 %

Chiffres d'Affaires – Par offres (en M€) :	2022	2021	Variation
Magazines	77,6	82,5	- 5,9%
Marketing digital	95,3	74,4	+ 28,1%
Assurances	8,4	7,4	+ 13,5%
TOTAL	181,3	164,3	10,3%

Marge Brute – Par offres de Marketing Digital (en M€) :	2022	2021	Variation
Conseil – France	34,0	26,2	+ 29,8%
Services marketing – France	20,0	13,1	+ 52,7%
Services marketing – Iberia	4,6	5,4	- 14,8%
Total marketing digital	58,6	44,8	+ 30,8%

4.2. Données sociales

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de personnel (en k€)	2022	2021
Salaires et traitements	41 895	34 080
Charges sociales	18 706	15 450
Intéressement	1 396	1 650
Participation	2 020	1 895
Indemnités transactionnelles et prud'homales	632	723
Indemnités fin de carrière	235	5
Stock-options	0	0
Attribution d'actions gratuites	974	668
TOTAL	65 858	54 471

Effectif moyen des sociétés (hors sociétés mises en équivalence)	2022	2021
Cadres	606	432
Agents de maîtrise	46	36
Employés	171	139
TOTAL	823	607

4.3. Autres produits et charges d'exploitation

Les autres produits et charges d'exploitation qui s'élèvent à 1 284 k€ au 31/12/22 contre -1 016 K€ au 31/12/21. Ils sont essentiellement liés en 2022 aux crédits d'impôt recherche pour 1 783 k€ et au coût net des pertes clients.

4.4. Autres produits et charges

En k€	2022	2021
Dépréciation goodwill Activis (cf. 3.1)	600	302
Dépréciation goodwill LEOO (cf. 3.1)	0	95
TOTAL	600	397

4.5. Résultat financier net

Le résultat financier se ventile comme suit :

En k€	2022	2021
Plus-values sur placements	0	0
Intérêts sur placements et produits assimilés	22	409
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	22	410
Intérêts et charges assimilées	-322	-225
Coût de l'endettement financier brut	-322	-225
Produits financiers nets	-300	184
Autres produits financiers	16	3
Différences de change	10	-9
Total autres produits et charges financiers	26	-6
Résultat financier	-274	178

Les intérêts sur placements et produits assimilés en 2021 comprennent le profit lié à l'abandon de créance de l'actionnaire minoritaire de Laboratoires Yssena pour 401 k€.

4.6. Impôts sur le résultat

4.6.1. Analyse de la charge d'impôts

En k€	2022	2021
Charge d'impôts exigibles	3 748	3 346
Charge (ou produit) d'impôts différés	-67	1 225
Charge (ou produit) d'impôts liés aux titres auto-détenus	139	47
Total impôts sur le résultat	3 820	4 618

4.6.2. Impôts différés

En k€	2021	Résultat	OCI	Variation de périmètre et autres	2022
Actifs d'impôts différés					
C3S	34	3			37
Participation	484	39			523
Indemnités fin de carrière	524	0	-170	79	433
Provision dépréciation clients	13	-3			10
Annulation Marque Activis	1	-1			0
Déficit fiscaux	429	263			692
Chiffre d'affaires anticipé (IFRS 15)	1 447	-265			1 182
Contrat de locations (IFRS 16)	50	12		19	81
Frais d'acquisition titres	136	3			139
Total Actifs d'impôts différés	3 118	51	-170	98	3 099
Passifs d'impôts différés					
Ecart d'évaluation sur les actifs	-281	13			-268
Amortissements dérogatoires	0	0			0
Incorporel Born	-1	0			-1
Incorporel relation clients	0	0			0
Incorporel plateformes	0	0			0
Incorporel accords market place	-3	3			0
Total Passifs d'impôts différés	-285	16	0	0	- 269
Actifs (Passifs) d'impôts différés net	2 833	67	- 170	98	2 830
Actifs d'impôts différés	3 114				3 098
Passifs d'impôts différés	-281				-268
Impôt différé	2 833				2 830

Au 31 décembre 2022, le Groupe dispose de surcroît de pertes fiscales reportables de 10 928 k€, disponibles pour compenser des profits taxables futurs, représentant une économie potentielle d'impôts de 2 761 k€. En l'absence de projections de résultats fiscaux positifs à ce niveau-là, les impôts différés correspondants n'ont pas été activés.

4.6.3. Rapprochement entre la charge d'impôt théorique et la charge d'impôt réelle

En k€	2022	2021
Résultat avant impôts des activités poursuivies	15 217	13 727
Quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	955	875
Résultat avant impôts des activités poursuivies, avant quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	16 172	14 602
Taux théorique d'imposition	25,83 %	25,83 %
Charge d'impôt théorique	4 177	3 772
Rapprochement :		
Effet des différences temporaires et des déficits de l'exercice non activés	206	991
Effet de l'imputation des déficits antérieurs non activés	-7	-507
Effet du retraitement des activités arrêtées	0	0
Effet des différences permanentes	92	247
Effet des différences de taux	-115	278
Effet des rappels d'impôts	0	0
Effet de l'imputation des crédits d'impôt	-73	-49
CIR-CII	-460	-114
Sous Total	- 357	846
Charge d'impôt	3 820	4 618
Taux effectif d'impôt	23,62 %	31,63 %

5. Informations complémentaires

5.1. Tableau de flux de trésorerie

Le tableau de flux de trésorerie présente une variation de trésorerie nette de + 19 695 k€, qui s'explique de la façon suivante :

- + 23 353 k€ provenant de la capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société,
- 3 714 k€ d'impôt société versé,
- 4 758 k€ issus de la variation du BFR lié à l'activité : le BFR reste négatif à - 16 389 k€, représentant 18 jours de Volume d'Affaires Brut au 31/12/22 contre 23 jours au 31/12/21,
- 9 839 k€ d'investissements dont principalement les acquisitions d'immobilisations pour - 2 765 k€, et l'incidence des variations de périmètre pour - 4 966 k€ (dont acquisition des titres Brainsonic et E-Retail Development compensée par la trésorerie récupérée, acquisition complémentaire de titres Converteo)
- + 14 657 k€ liés aux opérations de financement dont principalement les nouveaux emprunts bancaires d'ADLPartner, le versement du dividende et le retraitement des contrats de location selon IFRS 16
- 4 k€ d'incidence des variations des cours des devises

5.2. Acquisition de participations

Brainsonic :

Le 14 septembre 2022, le Groupe a pris le contrôle de la société Brainsonic à hauteur de 72,64 % du capital social.

Le chiffre d'affaires de la filiale Brainsonic s'établit pour 4 mois à 6 296 k€ pour 2022, le résultat ressort à - 145 k€.

E-Retail Development :

Le 16 décembre 2022, le Groupe a pris le contrôle de la société E-Retail Development à hauteur de 50,93 % du capital social.

5.3. Transactions avec les parties liées

L'entité de contrôle ultime du Groupe est le groupe familial VIGNERON avec la société SOGESPA sise 3 rue Henri Rol-Tanguy – 93100 Montreuil (France).

Les transactions entre la société et ses filiales, qui sont des parties liées au Groupe, sont éliminées en consolidation. Elles ne sont pas présentées dans les notes aux états financiers.

Les détails des transactions entre le Groupe et des parties liées au Groupe sont présentés ci-après.

En k€	Ventes de produits		Achats	
	2022	2021	2022	2021
Société mère ADLPartner vers les parties liées	13	12	0	0
SOGESPA vers le Groupe	0	0	13	12

Les ventes de produits sont réalisées aux prix habituels pratiqués par le Groupe avec des clients externes. Les achats sont réalisés au prix de marché.

En k€	Créances sur les parties liées		Dettes envers les parties liées	
	2022	2021	2022	2021
Société mère ADLPartner / SOGESPA	8	7	0	0

Aucune charge n'a été constatée pour créance irrécouvrable pour des montants dus par des parties liées.

5.4. Avantages aux dirigeants

Les charges enregistrées au titre des rémunérations et avantages assimilés accordées aux dirigeants (mandataires sociaux et conseil d'administration) s'établissent comme suit :

En k€	2022	2021
Avantages à court terme	666	837
Valorisation des options et droits à actions	207	207
Avantages postérieurs à l'emploi	0	0
Indemnités de fin de contrat de travail	0	0
Jetons de présence	170	170
TOTAL	1 043	1 214

5.5. Honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe

Les honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux correspondant aux lettres de missions sont détaillés ci-dessous :

Montants HT en k€	GRANT THORNTON		RSM		SAMOTHRACE		DELOITTE	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
AUDIT LEGAL								
ADLPartner	114,0	107,7	114,0	110,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Filiales	16,6	32,1	78,7	51,0	14,2	0,0	25,0	28,5
Sous-total	130,5	139,8	184,1	161,7	14,2	0,0	25,0	28,5
AUTRES PRESTATIONS								
ADLPartner	2,5	0,0	22,8	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Filiales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total	2,5	0,0	22,8	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL	133,1	139,8	215,5	171,7	14,2	0,0	25,0	28,5
	2022				2021			
TOTAL GENERAL	387,8				340,0			

5.6. Transactions non réalisées en trésorerie

Néant en 2022.

5.7. Engagements donnés et reçus

5.7.1. Engagements donnés

a. Locations locaux

L'application de la norme IFRS 16 a conduit à porter au passif du bilan, en dettes de loyer, les engagements futurs.

b. Cautions bancaires

En 2018, ADLPartner a mis en place une garantie autonome à première demande Société Générale de 456 k€ courant sur la période du 29 mars 2018 au 31 octobre 2027, en faveur de la société Imodan, bailleur des locaux de la filiale Converteo.

c. Engagement de rachat des actions Converteo (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Converteo l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction de la marge brute, du résultat net et de l'endettement net.

d. Engagement de rachat des actions Dékuple Ingénierie Marketing B2B (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Dékuple Ingénierie Marketing B2B l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction de la marge brute, du résultat net et de l'endettement net.

e. Engagement de rachat des actions Rocket Marketing (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Rocket Marketing l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

f. Engagement de rachat des actions Groupe Grand Mercredi (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Groupe Grand Mercredi l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

g. Engagement de rachat des actions Brainsonic (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Brainsonic l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

h. Engagement de rachat des actions E-Retail Development (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société E-Retail Development l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

i. Autres engagements donnés

Aucun autre engagement ne présente de caractère significatif.

5.7.2. Engagements reçus

n/a

5.8. Événements postérieurs à la clôture

Le Groupe a annoncé le 5 janvier 2023 une prise de participation majoritaire au capital de la société Smart Traffik, éditeur de solutions SAAS dédiées aux enseignes et aux marques souhaitant générer du trafic qualifié en ligne et en point de vente.

Cette nouvelle opération de croissance externe permet de renforcer les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe à compter du 31 décembre 2022.

5.9. Dettes potentielles

Voir paragraphe 5.8. ci-dessus.

6. Liste des sociétés consolidées

Sociétés consolidées	Forme	Siège	Pourcentage De contrôle	Pourcentage d'intérêt Groupe	Méthode
ADLPartner	SA	France	Mère	100,00%	Intégration globale
ADLPartner Hispania	SL	Espagne	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADL Servicos de Fidelização	Srl	Brésil	34,00%	34,00%	Mise en équivalence
Dékuple Ingénierie Marketing	SARL	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
SCI rue de Chartres	SCI	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Dékuple Conseil et Technologie	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Activis	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADLP Assurances	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Converteo	SAS	France	74,02%	74,02%	Intégration globale
Leoo	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADLPerformance Unipessoal	Lda	Portugal	100,00%	100,00%	Intégration globale
Laboratoires Yssena	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Ividence	SAS	France	95,00%	95,00%	Intégration globale
Dékuple Ingénierie Marketing B2B	SAS	France	60,40%	60,40%	Intégration globale
Decide.AI	SAS	France	66,00%	39,86%	Intégration globale
#NoComment	SAS	France	49,00%	29,59%	Mise en équivalence
ADLP Télésurveillance	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Groupe Grand Mercredi	SAS	France	48,96%	48,96%	Mise en équivalence
Rocket Marketing	SAS	France	59,88%	59,88%	Intégration globale
AWE Hong Kong	Ltd	Chine	59,30%	35,82%	Intégration globale
AWE Shanghai	Ltd	Chine	100,00%	35,82%	Intégration globale
Brainsonic	SAS	France	72,64%	72,64%	Intégration globale
E-Retail Development	SAS	France	50,93%	50,93%	Intégration globale

Les sociétés sont consolidées sur la base de leurs comptes annuels au 31 décembre 2022.

La contribution au résultat consolidé de la société Brainsonic est déterminée à partir de la date d'acquisition arrêtée au 01/09/2022.

La contribution au résultat consolidé de la société E-Retail Development est déterminée à partir de reporting la plus proche à savoir au 30/06/2022.

7. Secteurs géographiques

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Chiffre d'affaires net HT	163 439	146 797	17 968	17 611	-157	-158	181 250	164 250
Résultat opérationnel	16 984	13 626	-538	798	0	0	16 446	14 424
Résultat net des activités poursuivies	11 827	8 493	-429	615	0	0	11 398	9 108
Résultat net	11 827	8 493	-429	615	0	0	11 398	9 108

Les actifs et passifs par zones géographiques pour l'exercice 2022 se présentent comme suit :

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Actifs non-courants								
Goodwill	31 031	21 913	0	0	0	0	31 031	21 913
Droits d'utilisation contrats de location	15 199	14 342	157	195	0	0	15 356	14 537
Immobilisations incorporelles	4 775	2 895	0	0	0	0	4 775	2 895
Immobilisations corporelles	4 603	4 044	61	59	0	0	4 664	4 103
Participations entreprises associés	1 500	1 849	0	0	0	0	1 500	1 849
Titres non consolidés	109	101	0	0	0	0	109	101
Autres actifs financiers	3 104	1 412	220	171	-1 250	-60	2 074	1 523
Actifs d'impôts différés	2 954	3 113	144	1	0	0	3 098	3 114
Sous-total Actifs non-courants	63 275	49 669	582	426	-1 250	- 60	62 607	50 037
Actifs courants								
Stocks	3 650	7 627	680	307	0	0	4 330	7 934
Clients et autres débiteurs	49 651	44 685	4 517	6 198	-613	-248	53 555	50 635
Autres actifs	2 281	1 506	208	337	0	0	2 489	1 843
Trésorerie et équivalents de trésorerie	59 056	38 061	1 533	1 336	0	0	60 589	39 397
Sous-total Actifs courants	114 638	91 879	6 938	8 178	-613	-248	120 962	99 808
Actifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIFS	177 913	141 548	7 520	8 604	-1 863	- 308	183 569	149 845

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Capital							6 479	6 479
Réserves consolidées							19 460	15 181
Résultat consolidé							11 398	9 108
Capitaux Propres							37 337	30 769
Passifs non-courants								
Provisions à long terme	1 967	2 039	0	0	0	0	1 967	2 039
Passifs financiers	44 816	18 962	0	0	0	0	44 816	18 962
Dette de loyers	12 334	12 408	86	127	0	0	12 420	12 535
Passifs d'impôts différés	268	281	0	0	0	0	268	281
Sous-total Passif non-courants	59 384	33 690	86	127	0	0	59 470	33 817
Passifs courants								
Provisions à court terme	274	287	0	0	0	0	274	287
Dettes fiscales et sociales	21 408	19 896	389	852	0	0	21 797	20 748
Fournisseurs et autres créiteurs	46 464	52 274	1 497	2 478	-252	-248	47 709	54 504
Passifs financiers	6 104	1 672	1 611	62	-1 611	-60	6 104	1 674
Dette de loyers	3 181	2 130	74	70	0	0	3 255	2 200
Autres passifs	7 313	5 047	309	799	0	0	7 622	5 846
Sous-total Passif courants	84 744	81 306	3 880	4 261	-1 863	-308	86 762	85 259
Passifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS							183 569	149 845

Les autres informations par zones géographiques pour l'exercice 2022 sont détaillées ci-après :

Effectif moyen	France	International	Total
Cadres	604	2	606
Agents de maîtrise	46	0	46
Employés	79	92	171
TOTAL	729	94	823

6.2. COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA

6.2.1. Bilan

1. ACTIF

En k€	Montants Bruts	Amortissements / Provisions	31/12/2022	31/12/2021
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Concessions, brevets et droits similaires	10 233	9 590	643	1 295
Fonds commercial	4 363	94	4 269	4 293
Autres immobilisations incorporelles	377	50	327	28
Avances, acomptes sur immo. incorporelles				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Installations techniques, matériel, outillage	1 622	1 550	72	19
Autres immobilisations corporelles	3 044	2 142	902	1 124
Immobilisations en cours				
IMMOBILISATIONS FINANCIERES				
Autres participations	52 800	13 779	39 022	39 588
Créances rattachées à des participations	36 580	3 090	33 490	20 367
Autres titres immobilisés	125		125	125
Autres immobilisations financières	320		320	317
ACTIF IMMOBILISE	109 465	30 295	79 169	67 157
STOCKS ET EN-COURS				
Matières premières, approvisionnements	36	5	32	28
Marchandises	3 472	622	2 850	7 554
Avances et acomptes versés sur commandes	24		24	17
CREANCES				
Créances clients et comptes rattachés	25 090	984	24 106	24 512
Autres créances	2 859		2 859	4 430
DIVERS				
Valeurs mobilières de placement (dont actions propres : 2 621)	7 647	3	7 643	7 778
Disponibilités	29 369		29 369	15 764
COMPTES DE REGULARISATION				
Charges constatées d'avance	1 082		1 082	908
ACTIF CIRCULANT	69 579	1 613	67 966	60 991
Ecarts de conversion actif				
TOTAL GENERAL	179 044	31 908	147 135	128 148

2. PASSIF

En k€	31/12/2022	31/12/2021
Capital social ou individuel (dont versé : 6 479)	6 479	6 479
Primes d'émission, de fusion, d'apport		
Réserve légale	700	700
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves	18 000	17 326
Report à nouveau	47 182	38 062
RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	8 586	13 304
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
CAPITAUX PROPRES	80 947	75 871
Provisions pour risques	808	622
Provisions pour charges	27	45
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	835	667
DETTES FINANCIERES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	22 189	
Emprunts et dettes financières divers		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	528	687
DETTES D'EXPLOITATION		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	33 011	39 771
Dettes fiscales et sociales	8 421	8 990
DETTES DIVERSES		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	186	305
Autres dettes	1 018	1 858
COMPTES DE REGULARISATION		
Produits constatés d'avance		
DETTES	65 353	51 611
Écarts de conversion passif		
TOTAL GENERAL	147 135	128 148

6.2.2. Compte de résultat

En k€	France	Exportation	2022	2021
Ventes de marchandises	205		205	84
Production vendue de biens				
Production vendue de services	83 107	5	83 111	85 860
CHIFFRES D'AFFAIRES NETS	83 311	5	83 316	85 944
Subventions d'exploitation			108	101
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges			2 020	1 418
Autres produits			191	497
PRODUITS D'EXPLOITATION			85 636	87 959
Achats de marchandises (y compris droits de douane)			5 554	21 175
Variation de stock (marchandises)			5 380	(7 702)
Achats de matières premières et autres approvisionnements (y compris droits de douane)			5 412	5 266
Variation de stock (matières premières et approvisionnements)			(2)	5
Autres achats et charges externes			25 666	27 468
Impôts, taxes et versements assimilés			1 588	1 541
Salaires et traitements			12 538	13 482
Charges sociales			5 858	5 965
DOTATIONS D'EXPLOITATION				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			851	890
Sur immobilisations : dotations aux provisions			383	
Sur actif circulant : dotations aux provisions			1 182	1 945
Pour risques et charges : dotations aux provisions			7	92
Autres charges			2 582	2 721
CHARGES D'EXPLOITATION			66 999	72 846
RESULTAT D'EXPLOITATION			18 637	15 113
Produits financiers de participations			647	595
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé			5	
Autres intérêts et produits assimilés			15	5
Reprises sur provisions et transferts de charges				7 393
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			43	50
PRODUITS FINANCIERS			711	8 043
Dotations financières aux amortissements et provisions			5 757	4 176
Intérêts et charges assimilées			59	
Différences négatives de change			1	
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			6	9
CHARGES FINANCIERES			5 823	5 912
RESULTAT FINANCIER			(5 111)	2 131
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			13 525	17 244
Produits exceptionnels sur opérations de gestion				
Produits exceptionnels sur opérations en capital			108	778
Reprises sur provisions et transferts de charges			406	903
PRODUITS EXCEPTIONNELS			514	1 681
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion			637	1 140
Charges exceptionnelles sur opérations en capital			573	950
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions			537	461
CHARGES EXCEPTIONNELLES			1 747	2 551
RESULTAT EXCEPTIONNEL			(1 232)	(869)
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise			1 491	1 163
Impôts sur les bénéfices			2 216	1 908
TOTAL DES PRODUITS			86 861	97 684
TOTAL DES CHARGES			78 276	84 380
BENEFICE OU PERTE			8 586	13 304

6.2.3. Tableau des flux de trésorerie nette

En k€	2022	2021
Résultat net	8 586	13 304
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	7 078	(2 642)
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	573	249
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession		13
- / + Profits et pertes de dilution		
- Dividendes	(500)	(500)
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	15 736	10 424
- Produits financiers nets	6	1 681
+ / - Charge d'impôt société	2 216	1 908
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	17 958	14 013
- Impôt société versé (B)	(2 143)	(1 737)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	(1 891)	(3 561)
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	13 925	8 715
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(860)	(564)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	3	
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres)	(1 102)	(2 709)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres)		
+ Dividendes reçus	500	500
- Prêts et avances versés	(17 279)	(16 650)
+ Remboursements prêts et avances		1 100
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	197	6
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(18 541)	(18 317)
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options	30	109
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(414)	(94)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(3 510)	(3 200)
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	23 000	
- Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location financement)	(825)	
- / + Produits financiers nets reçus	(44)	3
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement		
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	18 237	(3 181)
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)		
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	13 621	(12 783)
Trésorerie d'ouverture	20 774	33 558
Trésorerie de clôture	34 395	20 774

6.2.4. Annexe aux comptes annuels

Table des matières de l'annexe aux comptes annuels

1. Informations générales	223
2. Faits caractéristiques de l'exercice	223
2.1. Actionnariat	223
2.2. Filiales	223
3. Evénements postérieurs à la clôture	224
4. Principes, règles et méthodes comptables	224
4.1. Actif immobilisé	224
4.2. Stocks	226
4.3. Créances clients et dettes fournisseurs	226
4.4. Charges et produits constatés d'avance	226
4.5. Provisions pour risques et charges	226
4.6. Chiffres d'affaires	226
5. Informations relatives au bilan	227
5.1. Immobilisations incorporelles	227
5.2. Immobilisations corporelles	228
5.3. Immobilisations financières	228
5.4. Stocks	230
5.5. Clients	230
5.6. Autres créances et comptes de régularisation	231
5.7. Valeurs mobilières de placement	231
5.8. Trésorerie et emprunts	231
5.9. Capitaux Propres	231
5.10. Provisions pour risques et charges	232
5.11. Autres dettes et comptes de régularisation	232
5.12. Opérations avec les entreprises liées	233
6. Informations relatives au compte de résultat	234
6.1. Chiffre d'affaires	234
6.2. Personnel	234
6.3. Autres achats et charges externes	234
6.4. Opérations avec les entreprises liées	235
6.5. Autres charges	236
6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions	236
6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges	236
6.8. Résultat financier	237
6.9. Résultat exceptionnel	237
6.10. Intégration fiscale et impôt société	238
7. Autres informations	238
7.1. Etat des échéances des créances et des dettes	238
7.2. Produits à recevoir	239
7.3. Charges à payer	240
7.4. Accroissement et allègement de la dette future d'impôt	240
7.5. Engagements donnés	241
7.6. Engagements reçus	241
7.7. Rémunération des dirigeants	241
7.8. Tableau des filiales et participations	242

1. Informations générales

Ces comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration le 31 mars 2023.

Ils comprennent :

- le bilan,
- le compte de résultat,
- l'annexe au bilan avant affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2022 dont le total est de 147 135 207 € et au compte de résultat présenté sous forme de liste dont le total des produits est de 86 861 365 € et dégageant un bénéfice de 8 585 834 €.

L'exercice a une durée de douze mois recouvrant la période du 1er janvier 2022 au 31 décembre 2022.

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire.

2. Faits caractéristiques de l'exercice

Début 2022, le Groupe a engagé la mise en œuvre de financements bancaires sous forme de prêts et de lignes confirmées à taux fixe à des échéances comprises entre 5 et 7 ans. Le total de ces financements est de 23 M€, dont une partie a été tirée immédiatement afin de refinancer les croissances externes de 2021. Ces financements ont pour objectif de permettre au Groupe de disposer des marges de manœuvre nécessaires à la réalisation de sa stratégie de croissance externe à horizon 2025

Le Groupe a poursuivi les investissements commerciaux dans sa filiale ADLP Assurances et le développement de ses activités de marketing digital au travers notamment d'opérations de croissance externe.

En 2022, une prise de participation complémentaire de la filiale Laboratoires Yssena a été opérée. Le Groupe détient désormais 100% du capital de Laboratoires Yssena.

2.1. Actionnariat

Le programme de rachat d'actions, autorisé par l'assemblée générale mixte du 17 juin 2022, arrivera à terme le 16 décembre 2023.

En juin 2022, une distribution de dividendes a été réalisée à hauteur de 3,5 M€.

2.2. Filiales

2.2.1. ADLP ASSURANCES

En décembre 2022, une augmentation de capital par incorporation de prêt a été réalisée, à hauteur de 1,2 M€, immédiatement suivie d'une réduction de capital à hauteur de 1,3 M€.

2.2.2. DEKUPLE INGENIERIE MARKETING

En juin 2022, une livraison d'actions attribuées gratuitement a eu lieu dans la filiale Ividence réduisant le pourcentage de détention à 95 %.

En septembre 2022, une prise de participation a été concrétisée dans la société Brainsonic, Dékuple Ingénierie Marketing détient 72,64 % de la filiale Brainsonic.

En décembre 2022, une prise de participation a été concrétisée dans la société E-Retail Development, Dékuple Ingénierie Marketing détient 50,93 % de la filiale E-Retail Development.

3. Evénements postérieurs à la clôture

Le Groupe a annoncé le 5 janvier 2023 une prise de participation majoritaire au capital de la société Smart Traffik, éditeur de solutions SAAS dédiées aux enseignes et aux marques souhaitant générer du trafic qualifié en ligne et en point de vente.

Cette nouvelle opération de croissance externe permet de renforcer les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur.

4. Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels de l'exercice ont été préparés conformément aux règles définies par le Règlement ANC 2014-03 du 5 juin 2014, à jour des différents règlements complémentaires à la date d'établissement des comptes annuels, aux dispositions de la législation française, et aux principes comptables généralement admis en France, dans le respect du principe de prudence conformément aux hypothèses de base :

- continuité d'exploitation,
- indépendance des exercices,
- permanence des méthodes comptables.

Les règles générales appliquées résultent des dispositions du plan comptable général d'établissement et de présentation des comptes annuels. La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

4.1. Actif immobilisé

Une immobilisation corporelle ou incorporelle est comptabilisée à l'actif, lorsque les conditions suivantes sont simultanément réunies :

- il est probable que l'entité bénéficiera des avantages économiques futurs correspondants,
- son coût ou sa valeur peut être évalué avec une fiabilité suffisante.

4.1.1. Immobilisations incorporelles

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée de ces biens dans le patrimoine.

Les immobilisations en cours correspondent aux coûts réels des biens non encore achevés à la date de clôture de l'exercice.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire considéré comme économiquement justifié, en fonction de la nature de l'investissement et selon les durées d'utilisation suivantes :

- logiciel bureautique : 3 ans
- logiciel applicatif : 3 à 5 ans

Le fonds commercial de l'activité France Abonnements Entreprises, ainsi que la base de données clients et la marque OFUP, ne font pas l'objet d'amortissement, mais pourraient, le cas échéant, faire l'objet d'une provision pour dépréciation si la rentabilité de ces activités ne justifiait pas la valeur inscrite à l'actif.

4.1.2. Immobilisations corporelles

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée de ces biens dans le patrimoine.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire considéré comme économiquement justifié, en fonction de la nature de l'investissement et selon des durées d'utilisation suivantes :

• agencements et aménagements	3 à 10 ans
• installations techniques, matériel et outillage industriel	3 à 10 ans
• matériel de restaurant d'entreprise	3 à 10 ans
• mobilier du bureau	3 à 10 ans
• matériel de transport	3 à 4 ans
• matériel de bureau	3 à 10 ans
• matériel informatique	3 à 5 ans

4.1.3. Immobilisations financières

La détermination de la valeur nette comptable des investissements dans les filiales (titres de participation et prêts d'actionnaires) est fondée sur l'appréciation de leur valeur d'actif net réévaluée de la seule valeur de leur portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance, pour les filiales en détenant un. Pour les filiales n'ayant pas une activité liée à un portefeuille d'abonnement ou de contrat, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres.

Au cours de l'exercice 2021, la société a procédé à un changement d'estimation relatif à l'évaluation des titres de participations et des créances rattachées : si la société filiale détient elles-mêmes des filiales, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres consolidés tels qu'ils résultent des comptes consolidés de la filiale (sous-groupe).

La valeur des portefeuilles est calculée en actualisant les revenus nets futurs que vont générer les abonnements ou les contrats 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 ou contrats en France et dans ses filiales.

La courbe de vie des abonnements ou contrats recrutés par une opération promotionnelle permet de déterminer à tout moment l'espérance de vie résiduelle des abonnements ou contrats restants. En appliquant au nombre des abonnements ou contrats 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 ou contrats résiduels correspondant à une opération. L'actualisation de cette contribution, à un taux, fonction du coût de l'argent et d'une prime de risque, donne la valeur de ces portefeuilles. Celle-ci est ensuite corrigée de l'impôt latent.

Une dépréciation est constatée lorsque la valeur d'actif net ainsi réévaluée de la valeur de leur portefeuille est inférieure à la valeur nette comptable.

Cette procédure est appliquée aux filiales au terme de 3 années pleines suivant leur entrée à l'actif. Les deux premières années pleines ne donnent pas lieu à constitution de provisions, dans la mesure où il n'est pas anormal qu'une société dégage des pertes lors de son démarrage, ou suite à son acquisition. La dotation aux provisions est ensuite comptabilisée sur trois exercices pour arriver à une application complète de la méthode à la fin du cinquième exercice plein ; toutefois, en cas de dérive des résultats observés par rapport aux business plans initiaux, le provisionnement peut être accéléré.

4.2. Stocks

Les stocks sont valorisés selon la méthode FIFO. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur probable de réalisation est inférieure à la valeur déterminée.

4.3. Créances clients et dettes fournisseurs

Les créances sont enregistrées à leur valeur nominale. Les créances et dettes libellées en monnaies étrangères sont enregistrées à leur contre-valeur en euros à la date de l'opération. Les écarts éventuels avec le cours de clôture donnent lieu à la constatation d'écarts de conversion.

Pour les créances relatives à l'offre d'Abonnements à Durée Libre, une provision pour dépréciation des créances est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable. Les provisions pour créances douteuses sont déterminées en fonction du risque encouru selon l'état des dossiers. En raison des modes de règlement clients et des actions menées par le service clientèle, le risque d'impayés s'est révélé négligeable et ne s'est traduit au cours des dernières années qu'en montants de créances provisionnées non significatifs.

Pour les créances relatives aux offres d'Abonnements à Durée Déterminée et Livres-Objets-Audio-Vidéo, les provisions pour dépréciation des créances sont, pour l'essentiel, établies sur des bases statistiques issues des données des trois années antérieures. Un complément de dépréciation est éventuellement constaté, lorsque les tendances des deux dernières campagnes de l'année se sont dégradées comparativement aux campagnes antérieures.

4.4. Charges et produits constatés d'avance

Les charges constatées d'avance concernent les charges exposées pour la conception, la fabrication, le routage, l'affranchissement des mailings et engagées sur l'exercice clos pour les opérations commerciales débutant après la clôture pour ce qui concerne l'activité du pôle abonnements.

Concernant l'activité d'agences B2C, les charges constatées d'avance regroupent les charges relatives aux prestations de services nécessaires à la réalisation et à l'avancement des projets et engagées sur l'exercice clos pour une mise en œuvre après la clôture.

Les produits constatés d'avance concernent les produits des opérations commerciales ou des prestations de services afférentes à l'année suivante, qui sont enregistrés sur l'exercice en cours ainsi que les produits facturés pour lesquels la livraison est intervenue sur l'exercice suivant.

4.5. Provisions pour risques et charges

Les provisions pour risques et charges sont constituées en conformité avec le règlement sur les passifs (CRC n° 2000-06). Ce règlement définit un passif comme un élément du patrimoine ayant une valeur économique négative pour l'entité, c'est à dire une obligation (légale, réglementaire ou contractuelle) de l'entité à l'égard d'un tiers dont il est probable ou certain qu'elle provoquera une sortie de ressources au bénéfice de ce tiers, sans en attendre une contrepartie au moins équivalente.

4.6. Chiffres d'affaires

Le volume d'affaires brut du Groupe est constitué par les ventes d'abonnements, de livres et d'autres produits culturels.

Dans le cas des ventes d'abonnements, le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut français de commissionnaire de presse) est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette de la quote-part éditeurs, des annulations clients, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes ; il correspond donc en réalité à une marge brute.

Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Libre (ADL) est comptabilisé au fur et à mesure du service des abonnements par les éditeurs.

Un nouveau mix marketing de l'offre ADL a été proposé dans des volumes significatifs aux clients de nos partenaires à compter du premier semestre 2014.

Ce mix marketing combine plusieurs éléments :

- l'abonnement à un ou plusieurs magazines, payable mensuellement à terme échu, par prélèvement automatique, au tarif ADL ;
- l'attribution pour toute commande d'une tablette numérique ou d'un Smartphone ;
- une durée contractuelle minimale de 12 mois.

Le chiffre d'affaires de la période de 12 mois de l'engagement ferme, ainsi que les coûts restant à encourir, sont reconnus au moment de la mise en service de l'abonnement auprès des éditeurs.

Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Déterminée (ADD) est comptabilisé lors de la transmission des avis de mise en service auprès des éditeurs.

Dans le cas des ventes de Livres, Objets, Audio Vidéo (LOAV), le chiffre d'affaires est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette des annulations, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes. Il est comptabilisé lors de la transmission au prestataire des avis de livraison aux clients.

Pour les activités de prestations de services, le chiffre d'affaires est reconnu au fur et à mesure de l'avancement réel des prestations et de l'achèvement des projets ou une fois la prestation de service complètement délivrée suivant les modalités propres à chaque contrat de prestation.

5. Informations relatives au bilan

5.1. Immobilisations incorporelles

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations incorporelles, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Marques, fichiers, logiciels	10 025	208	0	10 233
Fonds commercial	4 363	0	0	4 363
Autres immobilisations incorporelles	50	0	0	50
Immobilisations incorporelles en cours	28	327	28	327
TOTAL	14 466	535	28	14 973

Amortissements et Provisions	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Marques, fichiers, logiciels	8 730	860	0	9 590
Fonds commercial	70	24	0	94
Immobilisations incorporelles	50	0	0	50
TOTAL	8 850	884	0	9 734
TOTAL VALEURS NETTES	5 616			5 238

La marque OFUP, acquise de son ancienne filiale OFUP, est portée à l'actif pour une valeur brute de 1 406 k€. Le fonds commercial de l'activité France Abonnements Entreprises est inscrit à l'actif pour 4 269 k€, ainsi que la base de données clients BORN pour une valeur brute de 94 k€. L'intégration de l'exploitation de ces fonds de commerce dans les autres activités a conduit à ne plus pouvoir individualiser les flux de trésorerie générés par ces marques et fonds de commerce. C'est cette raison qui a conduit à déprécier totalement la marque OFUP et la base de données clients BORN pour 383 k€

5.2. Immobilisations corporelles

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations corporelles, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Installations techniques	1 758	73	209	1 622
Autres immobilisations	3 931	158	1 045	3 044
Immobilisations en cours	0	0	0	0
Avances et acomptes	0	0	0	0
TOTAL	5 689	231	1 254	4 666

Amortissements	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Installations techniques	1 739	20	209	1 550
Autres immobilisations	2 807	380	1 045	2 142
TOTAL	4 546	400	1 254	3 692
TOTAL VALEURS NETTES	1 143			974

5.3. Immobilisations financières

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations financières, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Participations	50 698	2 302	200	52 800
Créances rattachées à participations	20 501	18 029	1 950	36 580
Autres titres immobilisés	125	0	0	125
Autres immobilisations financières	317	10	7	320
TOTAL	71 641	20 341	2 157	89 825

Provisions	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Participations	11 110	2 668	0	13 778
Créances rattachées à participations	134	2 956	0	3 090
Autres titres immobilisés	0	0	0	0
Autres immobilisations financières	0	0	0	0
TOTAL	11 244	5 624	0	16 868
TOTAL VALEURS NETTES	60 398			72 957

5.3.1. Titres de participations et créances rattachées

Les titres de participation et créances rattachées se décomposent comme suit (en k€) :

Valeur brute des titres de participation	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
ADLPartner Hispania	6 751	0	0	6 751
ADL Servicos de Fidelização	134	0	0	134
Dékuple Ingénierie Marketing	5 726	0	0	5 726
SCI Rue de Chartres	1 406	0	0	1 406
Dékuple Conseil et Technologie	1 100	0	0	1 100
ADLP Assurances	32 260	1 200	0	33 460
Groupe Grand Mercredi	2 709	1 100	0	3 809
Laboratoires Yssena	153	2	0	155
ADLPerformance Unipessoal Lda	210	0	200	10
ADLP Télésurveillance	20	0	0	20
ZenWeShare	100	0	0	100
Chine Abonnements	130	0	0	130
TOTAL	50 699	2 302	200	52 801

Valeur brute des créances rattachées	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
ADLPartner Hispania	0	1 250	0	1 250
Dékuple Conseil et Technologie	6 700	1 300	0	8 000
ADLP Assurances	1 400	1 200	1 200	1 400
Groupe Grand Mercredi	480	850	750	580
Laboratoires Yssena	150	50	0	200
Dékuple Ingénierie Marketing	10 901	11 749	0	22 650
ADLP Télésurveillance	870	1 630	0	2 500
Dékuple Ingénierie Marketing B2B	0	0	0	0
TOTAL	20 501	18 029	1 950	36 580
TOTAL TITRES ET CREANCES	71 200			89 381

En décembre 2022, le capital de la filiale ADLP Assurances a fait l'objet d'une augmentation de 1 200 k€ par compensation avec le prêt d'actionnaire puis d'une réduction par apurement des pertes pour 1 289 k€.

En juillet et septembre 2022, la filiale portugaise ADLPerformance Unipessoal Lda a procédé à un remboursement de ses réserves pour 200 k€.

En novembre 2022, ADLPartner a pris une participation complémentaire de 5 % dans sa filiale Laboratoires Yssena pour 2 k€.

En décembre 2022, ADLPartner a souscrit à une augmentation de capital de Groupe Grand Mercredi par conversion des obligations convertibles en actions pour 1 100 k€, portant son taux de participation à 48,96%

Les prêts d'actionnaires consentis aux filiales afin de financer leurs activités ont été augmentés de 18 029 k€.

5.3.2. Provisions sur titres de participations et créances rattachées

Les provisions constituées sur les titres de participation et créances, en application de la procédure consistant à les valoriser par comparaison avec la valeur d'actif net réévalué (actif net comptable éventuellement additionné de la valeur des portefeuilles d'abonnements à durée libre, pour les filiales en détenant) ont enregistré un complément de dotations de 5 625 k€.

Les provisions se décomposent comme suit (en k€) :

Provisions des titres de participation	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
ADLP Assurances	4 527	99	0	4 626
Décuple Ingénierie Marketing	3 923	1 803	0	5 726
ADLPartner Hispania	2 242	745	0	2 987
ADL Servicos de Fidelização	134	0	0	134
ADLP Télésurveillance	0	20	0	20
Chine Abonnements	130	0	0	130
Laboratoires Yssena	153	2	0	155
TOTAL	11 110	2 669	0	13 779

Provisions des créances rattachées	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Décuple Conseil et Technologie	0	2 500	0	2 500
Décuple Ingénierie Marketing	0	394	0	394
Laboratoires Yssena	134	62	0	196
TOTAL	134	2 956	0	3 090
TOTAL TITRES ET CREANCES	11 244	5 625	0	16 869

5.4. Stocks

Les stocks se décomposent comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
Primes (cadeaux clients) – Livres-objets-audio-vidéo	3 472	622	2 850
Documents de traitement, emballages	36	4	32
TOTAL	3 508	626	2 882

5.5. Clients

Le poste clients se présente comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
Clients (échéance - 1 an)	25 090	984	24 106

5.6. Autres créances et comptes de régularisation

Le poste autres créances (total de 2 859 k€, dont taxes sur la valeur ajoutée : 2 199 k€, avoirs à recevoir : 371 k€, autres débiteurs : 289 k€) est composé de montants à échéance de moins d'un an.

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 1 082 k€.

5.7. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont constituées :

- d'une part par des actions propres auto détenues :
 - à hauteur de 2 513 k€ (159 931 actions), elles sont destinées à l'octroi d'options d'achat et à la distribution d'actions gratuites ;
 - à hauteur de 108 k€ (3 559 actions), il s'agit d'actions achetées dans le cadre de l'animation de marché ; la moyenne des cours de bourse du dernier mois de clôture étant inférieure à leur prix d'acquisition, une provision pour dépréciation de 4 k€ a été constituée.
- d'autre part par des comptes à terme pour 5 026 k€ ; les comptes à terme présentent une maturité de 1 mois.

5.8. Trésorerie et emprunts

Les disponibilités proviennent de la cession à la date de clôture des valeurs mobilières de placement.

Les comptes courants bancaires nets ressortent en excédent à hauteur de 29 369 k€.

Des conventions de prêt ont été signées auprès d'établissements bancaires pour un montant total de 23 M€, la dette restante au 31/12/2022 est de 22 189 K€.

5.9. Capitaux Propres

Au 31 décembre 2022, le capital de 6 478 836 euros est divisé en 4 164 590 actions.

La variation des capitaux propres est la suivante (en k€) :

	Nombre d'actions	Capital	Primes d'émission, de fusion d'apport	(*) Autres réserves et provisions réglementées	Résultat exercice	Capitaux propres
Situation au 31/12/20	4 164 590	6 479	0	51 231	8 076	65 786
Affectation du résultat				4 876	-4 876	0
Dividendes versés					-3 200	-3 200
Résultat de l'exercice					13 304	13 304
Amortissements dérogatoires				-19		- 19
Situation au 31/12/21	4 164 590	6 479	0	56 088	13 304	75 871
Affectation du résultat				9 794	-9 794	0
Dividendes versés					-3 510	-3 510
Résultat de l'exercice					8 586	8 586
Amortissements dérogatoires						0
Situation au 31/12/22	4 164 590	6 479	0	65 882	8 586	80 947

(*) Correspond aux postes : Réserve légale + Autres réserves + Report à nouveau + Provisions réglementées, dont part des réserves affectées aux actions auto détenues : 2 621 k€.

4 164 590 actions composent le capital au 31 décembre 2022. 3 199 269 actions bénéficient d'un droit de vote double, acquis après une inscription nominative depuis deux ans au moins, le total des droits de vote exerçables est de 7 207 848.

5.10. Provisions pour risques et charges

En k€	Valeur brute
Situation au 31 décembre 2021	667
Augmentations	622
Diminutions utilisées	-417
Diminutions non utilisées	-37
Total des diminutions	-454
Situation au 31 décembre 2022	835

Elles sont constituées par :

- 27 k€ de provision pour restructuration,
- 91 k€ de provision pour divers litiges,
- 588 k€ de provision pour attribution d'actions gratuites au personnel,
- 129 k€ de provision pour insuffisance d'actif filiale ADLP Télésurveillance

5.11. Autres dettes et comptes de régularisation

Le poste « autres dettes » pour 1 018 k€ est composé de lots à payer relatifs à divers tirages pour 66 k€, de 88 k€ d'avoirs à établir, de 318 k€ de fonds partenaires, de 199 k€ de dette d'intégration fiscale, de 245 k€ d'assurance indemnités fin de carrière, de 102 k€ de créiteurs divers.

Les produits constatés d'avance correspondent à des opérations commerciales engagées sur l'exercice 2022 au titre de l'exercice 2023, ainsi qu'à des produits facturés pour lesquels la livraison est intervenue sur l'exercice suivant. Il n'y a pas de produits constatés d'avance au 31 décembre 2022.

5.12. Opérations avec les entreprises liées

Les entreprises liées sont celles détenues directement ou indirectement par la société ADLPartner à 50 % et plus.

En k€	TOTAL	Dékuple Conseil et Technologie	Activis	Converteo	Leoo	Dékuple Ing. Marketing	SCI Chartres	ADLP Assurances	Laboratoires Yssena	Ividence	ADLP Télésurveillance	Dékuple Ingénierie Marketing B2B	Rocket Marketing	ADLP Hispania	ADLPPerformance Unipessoal Lda
Titres de participation	48 628	1 100	0	0	0	5 726	1 406	33 460	155	0	20	0	0	6 751	10
Provision pour dépréciation des titres	13 515	0	0	0	0	5 726	0	4 626	155	0	20	0	0	2 988	0
Créances sur participation	36 000	8 000	0	0	0	22 650	0	1 400	200	0	2 500	0	0	1 250	0
Provision pour dépréciation prêt	3 090	0	0	0	0	394	0	0	196	0	2 500	0	0	0	0
Autres titres immobilisés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provision autres titres immobilisés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Clients et débiteurs divers	3 281	23	0	68	141	1 184	2	1 271	8	101	335	3	90	55	0
Fournisseurs et créditeurs	622	0	0	120	77	144	0	41	0	104	0	179	0	18	0

6. Informations relatives au compte de résultat

6.1. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires par zones géographiques se présente comme suit (en k€) :

En k€	2022	2021
France	83 311	85 935
International	5	9
TOTAL	83 316	85 944

Au 31 décembre 2022, le chiffre d'affaires de la société est principalement composé des commissions perçues sur les ventes d'abonnements pour 77,6 M€.

6.2. Personnel

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de Personnel (en k€)	2022	2021
Salaires et traitements	11 423	12 046
Intéressement	1 115	1 436
SOUS-TOTAL	12 538	13 482
Charges sociales	5 858	5 965
Participation	1 491	1 163
TOTAL	19 887	20 610

Effectif moyen	2022	2021
Cadres	121	122
Agents de maîtrise	32	30
Employés	39	44
TOTAL	192	196

6.3. Autres achats et charges externes

En k€	2022	2021
TOTAL	25 666	27 468
Dont :		
Frais de conception, d'exécution, de routage, d'affranchissements	11 599	12 730
Frais de sous-traitance	2 535	2 478
Commissions, courtages sur ventes et honoraires	4 856	5 941

6.4. Opérations avec les entreprises liées

Les entreprises liées sont celles détenues directement ou indirectement par la société ADLPartner à 50 % et plus.

En €	TOTAL	Dékuple Conseil et Technologie	Activis	Converteo	Leoo	Dékuple Ing. Marketing	SCI Chartres	ADLP Assurances	Laboratoires Yssena	Ividence	ADLP Télésurveillance	Dékuple Ingénierie Marketing B2B	Rocket Marketing	ADLP Hispania	ADLPerformance Unipessoal Lda
Prestations de services et ventes	5 516	4	0	19	283	2 103	3	2 192	13	160	623	0	111	5	0
Produits de location	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Redevances, honoraires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sous-traitance, loyers et achats	1 127	0	0	100	4	653	86	0	0	1	0	248	0	35	0
Jetons de présence	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produits financiers	136	37	0	0	0	74	0	9	1	0	9	0	0	6	0
Dotations provisions financières	5 754	0	0	0	0	2 197	0	99	64	0	2 649	0	0	745	0
Reprises provisions financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

6.5. Autres charges

En k€	2022	2021
Charges diverses de gestion courante (pertes commerciales clients, faux nouveaux abonnés, annulations d'abonnements non répercutées aux éditeurs)	1 004	1 046
Pertes sur créances irrécouvrables clients	1 408	1 505
Jetons de présence	170	170
TOTAL	2 582	2 721

6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions

En k€	2022	2021
Dotations aux amortissements des immobilisations	851	890
Dotations aux provisions des immobilisations incorporelles	383	0
Dotations aux provisions pour dépréciation des stocks	626	1 305
Dotations aux provisions pour dépréciation des créances	555	640
Dotations aux provisions pour risques et charges	7	92
TOTAL	2 422	2 927

6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges

En k€	2022	2021
Transfert de charges	32	216
Reprises provisions pour dépréciation des stocks	1 305	80
Reprises provisions pour dépréciation des créances	635	1 121
Reprises provisions pour risques et charges	48	0
Sous-total reprises provisions	1 988	1 202
TOTAL	2 020	1 418

6.8. Résultat financier

En k€	2022	2021
Résultat financier	-5 111	2 131

Il se ventile comme suit :

Produits réalisés sur les placements	64	55
Produits financiers de participation et des créances de l'actif immobilisés	647	595
Reprises sur provisions	0	7 393
Différences positives de change	0	0
Total des produits financiers	711	8 043

Dotations aux amortissements et provisions	-5 757	-4 176
Différences négatives de change	-1	0
Charges nettes sur cessions VMP	-6	-9
Intérêts et charges financières	-59	-1 727
Total des charges financières	-5 822	-5 912

Les produits financiers de participation comprennent le dividende reçu de la filiale SCI Rue de Chartres pour 500 k€.

Les dotations aux provisions concernent la filiale ADLPartner Hispania pour 745 k€, la filiale Dékuple Ingénierie Marketing pour 2 197 k€, la filiale ADLP Télésurveillance pour 2 649 k€, la filiale ADLP Assurances pour 99 k€ et la filiale Laboratoires Yssena pour 64 k€.

6.9. Résultat exceptionnel

En k€	2022	2021
Résultat exceptionnel	-1 232	-869

Il se ventile comme suit :

Produits sur opérations de gestion	0	0
Produits sur opérations en capital	108	778
Reprises sur provisions et transferts de charges	406	884
Reprises sur amortissements dérogatoires	0	19
Total des produits exceptionnels	514	1 681

Charges sur opérations de gestion	-637	-1 140
Charges sur opérations en capital	-572	-950
Dotations aux amortissements et provisions	-537	-460
Dotations aux amortissements dérogatoires	0	0
Total des charges exceptionnelles	-1 746	-2 550

Les charges exceptionnelles sur opérations de gestion de -637 k€ sont constituées essentiellement d'indemnités de licenciements.

Les charges et produits exceptionnels sur opérations en capital sont constitués de bonis et malis liés à l'attribution d'actions gratuites et aux stocks options pour -464 k€.

6.10. Intégration fiscale et impôt société

Le groupe fiscal est constitué depuis le 1^{er} janvier 2011 avec la filiale Dékuple Ingénierie Marketing. Depuis le 1^{er} janvier 2014, la filiale Dékuple Conseil et Technologie et la filiale ADLP Assurances sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1^{er} janvier 2019, la filiale Activis est entrée dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1^{er} janvier 2020, les filiales Leoo et Ividence sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1^{er} janvier 2021, la filiale ADLP Télésurveillance est entrée dans le périmètre du groupe fiscal et depuis le 1^{er} janvier 2022 la filiale Laboratoires Yssena est entrée dans le périmètre du groupe fiscal.

La convention d'intégration fiscale prévoit la comptabilisation dans les comptes de la société, tête de groupe, de l'intégralité de la charge d'impôt.

Au 31 décembre 2022, la charge d'impôt totale ressort à 2 216 k€.

L'impôt de la société, en l'absence de la convention d'intégration fiscale, se serait élevé à 3 204 k€.

7. Autres informations

7.1. Etat des échéances des créances et des dettes

Etat des créances (en k€)	Montant Brut	A moins d'un an	A plus d'un an
Créances rattachées à des participations	36 580		36 580
Autres immobilisations financières	320		320
Clients douteux ou litigieux	560	560	
Autres créances clients	24 529	24 529	
Personnel et comptes rattachés	1	1	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	6	6	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices			
. taxe sur la valeur ajoutée	2 199	2 199	
. autres impôts et taxes			
. divers	3	3	
Débiteurs divers	650	650	
Charges constatées d'avance	1 082	1 082	
TOTAL	65 930	29 030	36 900

Etat des dettes (en k€)	Montant Brut	A moins d'un an	A plus d'un an
Emprunts, dettes à + 1 an (1)	22 189	2 084	20 106
Emprunts, dettes financières divers (1)(2)			
Fournisseurs et comptes rattachés	33 011	33 011	
Personnel et comptes rattachés	5 352	5 352	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	2 593	2 593	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices	174	174	
. taxe sur la valeur ajoutée	48	48	
. autres impôts et taxes	254	254	
Dettes sur immobilisations	186	186	
Groupe et associés	199	199	
Autres dettes (pension titres)	819	819	
Produits constatés d'avance			
TOTAL	64 825	44 720	20 106
(1) Emprunts souscrits dans l'exercice		23 000	
(1) Emprunts remboursés dans l'exercice		825	
(2) Emprunts souscrits auprès des personnes physiques			

7.2. Produits à recevoir

En k€	2022	2021
Clients - Produits non facturés		
Clients divers - factures à établir	6 141	7 539
Clients divers - factures à établir filiales	0	2
Mise en service d'abonnements à facturer	0	0
Sous-total Clients - Produits non facturés	6 141	7 541
Fournisseurs débiteurs		
Avoirs à recevoir	371	432
Sous-total Fournisseurs débiteurs	371	432
Débiteurs divers		
Divers	0	72
Sous-total Débiteurs divers	0	72
Personnel et organismes sociaux		
Indemnités journalières à recevoir	1	0
Charges sociales à recevoir	0	0
Sous-total Personnel et organismes sociaux	1	0
Trésorerie		
Intérêts courus sur comptes à terme et comptes bancaires rémunérés	5	0
Sous-total Trésorerie	5	0
TOTAL	6 518	8 045

7.3. Charges à payer

En k€	2022	2021
Emprunts divers et dettes établissements de crédit		
Intérêts courus à payer	15	0
Sous-total Emprunts divers et dettes établissements de crédit	15	0
Dettes fournisseurs & comptes rattachés		
Factures non parvenues	9 092	10 975
Sous-total Dettes fournisseurs & comptes rattachés	9 092	10 975
Dettes fiscales & sociales		
Personnel	5 352	5 661
Organismes sociaux	1 698	1 878
Etat	115	124
Sous-total Dettes fiscales et sociales	7 165	7 663
Autres dettes		
Avoirs à établir	88	71
Divers à payer	245	110
Sous-total Autres dettes	333	181
TOTAL	16 605	18 819

7.4. Accroissement et allègement de la dette future d'impôt

En k€	Situation au début de l'exercice			Situation à la fin de l'exercice			Mouvements de l'exercice		
	Valeur du poste	Fiscalité différée		Valeur du poste	Fiscalité différée		Valeur du poste	Fiscalité différée	
		Créance	Dettes		Créance	Dettes		Créance	Dettes
Taux d'imposition :	25,83%			25,83%					
Contribution de solidarité C3S	116	30		105	27		-11	-3	
Participation des salariés	1 163	300		1 491	385		328	85	
Amortissements dérogatoires	0		0	0		0	0		0
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation									
provision dépréciation des clients	33	9		20	5		-13	-4	
provision risques et charges	0	0		0	0		0	0	
Déficit filiale étrangère									
TOTAL		339	0		417	0		78	0
NET		339			417				

7.5. Engagements donnés

7.5.1. Locations locaux

ADLPartner a signé en 2021, un nouveau bail pour ses locaux de Montreuil (rue Henri Rol-Tanguy), dont les caractéristiques sont les suivantes :

- loyer annuel de base HT : 1 235 k€, soit 1 482 k€ TTC avec l'obtention d'une franchise de loyer la 1^{ère} année,
- durée : 9 ans à compter du 1/04/2021 – terme 31/03/2030,
- possibilité de notification d'un congé à l'expiration de chaque période triennale, la société ayant expressément renoncé à la faculté de notifier le congé au 31/03/2024

En conséquence, l'engagement ferme de la société, au 31/12/2022, est de 51 mois, soit 5 597 k€ TTC (hors indexation et en tenant compte de l'étalement de la franchise de loyer).

ADLPartner a signé en 2018, un bail pour ses locaux de Chantilly (rue de Chartres), dont les caractéristiques sont les suivantes :

- loyer annuel de base HT : 86 k€ (il n'y a pas de TVA).
- durée : 9 ans à compter du 30/11/2017 – terme 29/11/2026,
- possibilité de notification d'un congé à l'expiration de chaque période triennale, la société ayant expressément renoncé à la faculté de notifier le congé au 29/11/2020.

En conséquence, l'engagement ferme de la société, au 31/12/2022, est de 11 mois, soit 79 k€ HT (hors indexation).

7.5.2. Retraite

Un contrat a été souscrit chez ADLPartner pour assurer la couverture des engagements en matière de retraite. Les primes d'assurance correspondantes sont donc enregistrées dans les comptes annuels.

Selon la compagnie d'assurance, la valeur actualisée de l'obligation nette au 31/12/2022 s'élève à 1 819 k€ dans le cadre du départ à l'initiative de l'employeur.

Les principales hypothèses actuarielles utilisées sont les suivantes :

- taux d'actualisation : 3,20 %
- revalorisation des salaires : 1,50 % à 3,50 %
- taux de charges sociales : 39,28 % à 57,39 %
- turnover : 0 à 10 %

7.5.3. Cautions bancaires

En 2018, ADLPartner a mis en place une garantie autonome à première demande Société Générale de 456 k€ courant sur la période du 29 mars 2018 au 31 octobre 2027, en faveur de la société Imodan, bailleur des locaux de la filiale Converteo.

7.6. Engagements reçus

En 2019, un protocole de conciliation a été mis en œuvre. Ces opérations ont conduit à un abandon de créance au bénéfice de Leoo, à hauteur de 3,4 M€, assorti d'une clause de retour à meilleure fortune courant jusqu'à l'approbation des comptes 2026.

7.7. Rémunération des dirigeants

La rémunération des dirigeants du Groupe est communiquée en annexe au rapport de gestion.

7.8. Tableau des filiales et participations

En Informations financières Filiales et participations	Capital	Réserves et report à nouveau	Primes d'émission, de fusion, d'apport	Quote-part du capital détenue (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consenties par la société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
A. Renseignements détaillés concernant les filiales et les participations ci-dessous :											
1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société)											
ADLPARTNER HISPANIA SLU Plaza de Castilla, 3 Planta 17, E1 28046 MADRID / (Espagne)	100 000	3 766 665	0	100,00%	6 750 505	3 762 799	1 250 000	0	17 070 101	-573 901	0
ADLPERFORMANCE, UNIPESOAL LDA Crowe Horwath, R. Aleixo, 53 – 3A 4150-043 PORTO / (Portugal)	10 000	225 973	0	100,00%	10 000	10 000	0	0	968 000	115 530	0
SCI RUE DE CHARTRES 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 600	1 232 024	0	100,00%	1 406 339	1 406 339	0	0	86 400	8 258	0
DEKUPLE INGENIERIE MARKETING 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	3 505 250	-3 072 680	0	100,00%	5 725 877	0	22 650 000	0	4 573 318	-2 393 489	0
DEKUPLE CONSEIL ET TECHNOLOGIE 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 100 000	-2 867 888	0	100,00%	1 100 000	1 100 000	8 000 000	0	0	-60 646	0
ADLP ASSURANCES 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	2 064 484	-3	0	100,00%	33 460 000	28 833 764	1 400 000	0	8 640 246	-668 123	0
LABORATOIRES YSSENA 3 avenue de Chartres 60500 CHANTILLY / (France)	300 000	-441 190	0	51,00%	155 010	0	200 000	0	-5 498	-54 517	0
ADLP TELESURVEILLANCE 3 avenue de Chartres 60500 CHANTILLY / (France)	20 000	-1 208 490	0	100,00%	20 000	0	2 500 000	0	339 287	-1 440 712	0
2. Participations (10 à 50% du capital détenu par la société)											
CHINE ABONNEMENTS 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	650 000	-2 854 927	120 000	12,50%	130 000	0	0	0	0	-41 121	0
GROUPE GRAND MERCREDI 8 rue de l'Hôtel de Ville 92200 NEUILLY-SUR-SEINE / (France)	803 951	-2 652 433	2 308 568	48,96%	3 808 668	3 808 668	580 000	0	2 801 954	-665 432	0

En € Informations financières Sous Filiales contrôlées	Capital	Réserves et report à nouveau	Primes d'émission, de fusion, d'apport	Quote-part du capital détenue (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consenties par la société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
					Brute	Nette					
Renseignements détaillés concernant les sous-filiales contrôlées :											
1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Conseil et Technologie											
CONVERTEO SAS 117 quai de Valmy 75010 PARIS / (France)	91560	7 819 172	761 737	74,02 %	6 103 166	6 103 166	0	0	41 676 171	1 947 293	0
2. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Ingénierie Marketing											
DEKUPLE INGENIERIE MARKETING B2B 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	56 990	-69 738	703	60,40 %	1 811 559	1 811 559	1 700 000	0	4 237 776	-558 943	0
LEOO 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	224 000	-2 480 507	0	100,00 %	1 409 558	0	3 050 000	0	2 418 642	-290 262	0
ACTIVIS 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	913 820	-644 283	0	100,00 %	933 968	0	850 000	0	-29 000	-1118 069	0
IVIDENCE 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	50 000	-307 242	0	95,00 %	47 502	47 502	1 300 000	0	3 176 648	-18 385	0
ROCKET MARKETING 46 place Jules Ferry 92120 MONTRouGE / (France)	304 453	1 768 341	17 593	59,88 %	7 240 659	7 240 659	0	0	14 492 016	1 149 195	0
BRAINSONIC 45 rue Sedaine 75011 PARIS / (France)	181 073	1 107 377	0	72,64 %	7 250 447	7 250 447	0	0	18 358 536	1 265 463	0
E-RETAIL DEVELOPMENT 6 cours André Philip 69100 VILLEURBANNE / (France)	72 200	401 046	0	50,93 %	504 917	504 917	523 580	0	2 444 069	-384 414	0
B. Renseignements globaux concernant :											
1. Participations non reprises au § A.											
N/S											

6.2.5. Résultats financiers des cinq derniers exercices

Date d'arrêté	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018
Durée de l'exercice (mois)	12	12	12	12	12
CAPITAL EN FIN D'EXERCICE					
Capital social	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €
Nombre d'actions					
- ordinaires	4 164 590	4 164 590	4 164 590	4 164 590	4 164 590
- à dividende prioritaire					
Nombre maximum d'actions à créer					
- par conversion d'obligations					
- par droit de souscription					
OPERATIONS ET RESULTATS					
Chiffre d'affaires hors taxes	83 316 176 €	85 944 097 €	91 928 672 €	101 387 893 €	102 723 886 €
Résultat avant impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	18 615 388 €	14 439 381 €	11 373 025 €	12 775 370 €	19 709 655 €
Impôts sur les bénéfices	2 216 110 €	1 907 924 €	1 671 467 €	2 134 315 €	4 378 739 €
Participation des salariés	1 491 207 €	1 162 575 €	1 253 701 €	1 247 060 €	1 419 470 €
Dotations nettes aux amortissements et provisions	6 322 238 €	-1 935 022 €	371 956 €	3 871 267 €	2 237 442 €
Résultat net	8 585 834 €	13 303 905 €	8 075 902 €	5 522 727 €	11 674 004 €
Résultat distribué *		3 509 840 €	3 200 385 €	1 771 252 €	3 979 845 €
RESULTAT PAR ACTION					
Résultat après impôt, participation, avant dotations nettes aux amortissements et provisions	3,58 €	2,73 €	2,03 €	2,26 €	3,34 €
Résultat après impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	2,06 €	3,19 €	1,94 €	1,33 €	2,80 €
Dividende attribué *	0,88 €	0,88 €	0,81 €	0,45 €	1,00 €
PERSONNEL					
Effectif moyen des salariés	192	196	196	204	199
Masse salariale	12 538 186 €	13 481 945 €	13 008 774 €	13 136 400 €	13 330 517 €
Sommes versées en avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	5 858 418 €	5 965 046 €	6 003 462 €	6 039 232 €	6 114 281 €

Note * : il s'agit de la distribution du dividende, qui sera proposé au titre de l'exercice 2022 à l'Assemblée générale du 16 juin 2023.



7. RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

7.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS.....	246
7.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS.....	251

7.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Société ADLPartner

Exercice clos le 31 décembre 2022

Aux actionnaires de la société ADLPartner,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société ADLPartner relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2022, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le Code de commerce et par le Code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1^{er} janvier 2022 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

Justification des appréciations – Points clés de l'audit

En application des dispositions des articles L. 823-9 et R. 823-7 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

Evaluation des titres de participation et des créances rattachées

Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2022, les titres de participation et les créances rattachées sont inscrits au bilan pour une valeur nette comptable respectivement de 39 M€ et de 33,5 M€. Ils sont comptabilisés à leur date d'entrée au coût d'acquisition et dépréciés sur la base de leur valeur d'utilité représentant ce que la société accepterait de décaisser pour les obtenir si elle avait à les acquérir.

Lorsque la valeur d'utilité des titres de participation et des créances rattachées est inférieure à leur valeur nette comptable, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Comme indiqué dans la note 4.1.3 de l'annexe aux comptes sociaux :

- Pour les filiales qui détiennent un portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance, la valeur d'utilité est déterminée sur la base de l'appréciation de la valeur d'actif net réévalué de la seule valeur de ce portefeuille.
- Si la société filiale détient elles-mêmes des filiales, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres consolidés tels qu'ils résultent des comptes consolidés de la filiale (sous-groupe).
- Pour les autres filiales, la valeur d'utilité est appréciée sur la base de la quote-part des capitaux propres.

L'estimation de la valeur d'utilité de ces titres de participation et des créances rattachées requiert l'exercice du jugement de la direction dans son choix des éléments à considérer selon les participations concernées car elle s'appuie sur des éléments prévisionnels (perspectives de rentabilité et conjoncture économique dans les pays considérés).

Dans ce contexte et du fait des incertitudes inhérentes à certains éléments et notamment à la probabilité de réalisation des prévisions, nous avons considéré que la correcte évaluation des titres de participation et des créances rattachées constituait un point clé de l'audit.

Réponses apportées lors de notre audit

Pour apprécier le caractère raisonnable de l'estimation des valeurs d'utilité des titres de participation et des créances rattachées, sur la base des informations qui nous ont été communiquées, nos travaux ont consisté principalement à vérifier que l'estimation de ces valeurs, déterminée par la direction, soit fondée sur une justification appropriée des méthodes d'évaluation et des éléments chiffrés utilisés et, selon les filiales concernées, à :

- Pour les évaluations reposant sur des éléments historiques, vérifier que les capitaux propres retenus concordent avec les comptes des entités concernées ;
- Pour les filiales qui détiennent un portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance et dont l'évaluation repose sur des éléments prévisionnels :
 - Obtenir les modèles de valorisation des portefeuilles d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance basés sur la projection de données historiques ;
 - Réaliser avec la direction des entretiens pour identifier les principales estimations, jugements et hypothèses utilisées dans les modèles de valorisation et obtenir des explications les supportant ;
 - Comparer les prévisions retenues pour des périodes précédentes avec les réalisations correspondantes afin d'apprécier la réalisation des objectifs passés.
- Pour les sociétés détenant elles-mêmes des filiales, nos travaux ont consisté à reperformer le montant des capitaux propres consolidés du sous-groupe.

Au-delà de l'appréciation des valeurs d'utilité des titres de participation, nos travaux ont consisté également à :

- Apprécier le caractère recouvrable des créances rattachées au regard des analyses effectuées sur les titres de participation ;
- Vérifier la comptabilisation d'une provision pour risques dans les cas où la société est engagée à supporter les pertes d'une filiale présentant des capitaux propres négatifs.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-6 du Code de commerce.

Rapport sur le gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par les articles L.225-37-4, L.22-10-10 et L.22-10-9 du Code de commerce.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre société auprès des sociétés contrôlant votre société ou contrôlées par elle. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations.

Concernant les informations relatives aux éléments que votre société a considéré susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique d'achat ou d'échange, fournies en application des dispositions de l'article L.22-10-11 du Code de commerce, nous avons vérifié leur conformité avec les documents dont elles sont issues et qui nous ont été communiqués. Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces informations.

Autres informations

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Autres vérifications ou informations prévues par les textes légaux et réglementaires

Format de présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du Président Directeur Général.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

Désignation des commissaires aux comptes

Le cabinet Grant Thornton a été nommé commissaire aux comptes de la société ADLPartner par votre Assemblée Générale du 17 avril 1998. Le cabinet RSM Paris a été nommé commissaire aux comptes suppléant par votre Assemblée Générale du 12 juin 2015 et est devenu commissaire aux comptes titulaire le 1^{er} juillet 2015.

Au 31 décembre 2022, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-cinquième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la huitième année.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à

l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Rapport au comité d'audit

Nous remettons un rapport au comité d'audit qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 822-10 à L. 822-14 du Code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Paris, le 14 avril 2023

Les commissaires aux comptes

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

RSM Paris
Membre de RSM International

Christophe BONTE
Associé

Adrien FRICOT
Associé

7.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Société ADLPartner

Exercice clos le 31 décembre 2022

Aux actionnaires de la société ADLPartner,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société ADLPartner relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2022, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le Code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes, sur la période du 1^{er} janvier 2022 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

Justification des appréciations – Points clés de l'audit

En application des dispositions des articles L. 823-9 et R. 823-7 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

Evaluation des Goodwill

Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2022, les goodwill sont inscrits au bilan pour un montant de 31 M€ et représentent 83% des capitaux propres consolidés.

Comme indiqué dans les notes 2.4.1, 2.10. et 3.1. de l'annexe aux comptes consolidés, les Goodwill font l'objet d'un test de dépréciation en cas d'indice de perte de valeur et au moins une fois par an. Pour les besoins du test de dépréciation, ces actifs sont alloués aux unités génératrices de trésorerie correspondant aux filiales du groupe.

Une dépréciation est constatée lorsque la valeur recouvrable des goodwill s'avère inférieure à leur valeur nette comptable.

La valeur recouvrable correspond au montant le plus élevé entre la juste valeur et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité étant déterminée par actualisation des cash-flows futurs.

La détermination de la valeur recouvrable repose sur des jugements de la direction, s'agissant notamment des prévisions de flux de trésorerie et du taux d'actualisation qui leur est appliqué. Dans ce contexte et au regard de leur poids significatif dans les comptes consolidés, nous considérons l'évaluation des Goodwill comme un point clé de l'audit.

Réponses apportées lors de notre audit

Afin d'apprécier la détermination des valeurs recouvrables, nos travaux ont consisté, avec l'appui de nos experts en évaluation, à :

- Prendre connaissance du modèle de test de dépréciation utilisé ainsi que du processus mis en place par la Direction pour la réalisation de ces tests ;
- Apprécier l'intégrité du modèle de test de dépréciation utilisé et analyser la pertinence des modifications apportées, le cas échéant, par rapport au modèle de l'année précédente ;
- Réaliser avec la Direction des entretiens pour identifier les principaux jugements, estimations et hypothèses utilisés dans le modèle de test de dépréciation et obtenir des explications les supportant ;
- Corroborer les données clés du modèle de test de dépréciation avec les données historiques et les données validées par le conseil d'administration ;
- Analyser les méthodologies de détermination et la documentation supportant les paramètres utilisés (taux d'actualisation), comparer ces paramètres avec des données de marché ou des sources externes et recalculer ces taux avec nos propres sources de données
- Prendre connaissance et vérifier les analyses de sensibilité présentées ;
- Apprécier le caractère approprié des informations qui sont présentées dans l'annexe aux comptes consolidés.

Evaluation des puts sur minoritaires

Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2022, les puts sur minoritaires sont inscrits au bilan pour un montant de 20,1 M€ et représentent 11% du bilan consolidé.

Comme indiqué dans la note 2.19. de l'annexe aux comptes consolidés, les puts sur minoritaires sont déterminés à partir d'accords contractuels avec les actionnaires minoritaires ou majoritaires sur la base de formules de prix convenues. L'évaluation de ces engagements d'achat s'appuie sur des données budgétaires prévisionnelles actualisées et des hypothèses d'exercice de ces engagements applicables à chaque échéance prévue dans les accords contractuelles.

L'évaluation des puts sur minoritaires repose sur des jugements de la direction, s'agissant notamment des prévisions budgétaires, du taux d'actualisation qui leur est appliqué et des probabilités d'exercice applicable à chaque échéance. Dans ce contexte et au regard de leur poids significatif dans les comptes consolidés, nous considérons l'évaluation des puts sur minoritaires comme un point clé de l'audit.

Réponses apportées lors de notre audit

Notre approche d'audit a consisté à :

- Prendre connaissance des accords contractuels conclus avec les actionnaires (notamment les formules de prix);

- Apprécier la conformité des calculs utilisés avec les accords suscités ;
- Réaliser avec la Direction des entretiens pour identifier les principaux jugements, estimations et hypothèses utilisés dans les formules de prix retenues et obtenir des explications les supportant ;
- Analyser les méthodologies de détermination et la documentation supportant les paramètres utilisés (taux d'actualisation), comparer ces paramètres avec des données de marché ou des sources externes et recalculer ces taux avec nos propres sources de données
- Apprécier le caractère approprié des informations qui sont présentées dans l'annexe aux comptes consolidés.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires, des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Nous attestons que la déclaration consolidée de performance extra-financière prévue par l'article L. 225-102-1 du code de commerce figure dans le rapport sur la gestion du groupe, étant précisé que, conformément aux dispositions de l'article L. 823-10 de ce code, les informations contenues dans cette déclaration n'ont pas fait l'objet de notre part de vérifications de sincérité ou de concordance avec les comptes consolidés et doivent faire l'objet d'un rapport par un organisme tiers indépendant.

En application de la loi, nous vous signalons que la déclaration de performance extra-financière ne comprend pas les informations suivantes, requises par le 2 de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 :

- L'analyse de l'alignement des activités identifiées comme éligibles en 2021 ;
- Les tableaux requis par l'annexe II du règlement délégué (UE) 2021/2178 (« Acte Délégué – Informations à fournir ») ;
- La publication des indicateurs clé de performance (Chiffre d'affaires, Capex et Opex) ;
- La publication des informations narratives pour l'alignement devant accompagner les tableaux incluant les indicateurs clé de performance.

Autres vérifications ou informations prévus par les textes légaux et réglementaires

Format de présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du Président Directeur Général. S'agissant de comptes consolidés, nos diligences comprennent la vérification de la conformité du balisage de ces comptes au format défini par le règlement précité.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

En raison des limites techniques inhérentes au macro-balisage des comptes consolidés selon le format d'information électronique unique européen, il est possible que le contenu de certaines balises des notes annexes ne soit pas restitué de manière identique aux comptes consolidés joints au présent rapport.

Informations résultant d'autres obligations légales et réglementaires

Désignation des commissaires aux comptes

Le cabinet Grant Thornton a été nommé commissaire aux comptes de la société ADLPartner par votre Assemblée Générale du 17 avril 1998. Le cabinet RSM Paris a été nommé commissaire aux comptes suppléant par votre Assemblée Générale du 12 juin 2015 et est devenu commissaire aux comptes titulaire le 1^{er} juillet 2015.

Au 31 décembre 2022, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-cinquième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la huitième année.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes consolidés

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L. 823-10-1 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;

- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;
- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

Rapport au comité d'audit

Nous remettons un rapport au comité d'audit qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 822-10 à L. 822-14 du Code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Paris, le 14 avril 2023,

Les commissaires aux comptes

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

RSM Paris
Membre de RSM International

Christophe BONTE
Associé

Adrien FRICOT
Associé



8. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2022

Je soussigné, Bertrand Laurioz, Président Directeur Général, atteste, à ma connaissance, que les comptes sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport de gestion ci-joint présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et qu'il décrit les principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Bertrand Laurioz

DÉKUPLE

Marque commerciale d'ADLPartner
(Raison sociale)

Société Anonyme à conseil d'administration
au capital de 6 478 836 euros
RCS Compiègne B 393 376 801

Crédits photos

© Frédéric Bayle = Photos portraits page 13

© Ash Edmonds = Photo page 43

© Polaryse = Photos du sponsoring voile et de
William Mathelin-Moreaux

© Damien Grenon = Portraits des collaborateurs

© Marcella Barbieri = Photo des 50 ans du
Groupe DÉKUPLE

Direction artistique & création

Vanessa Vansteelandt & Gabriel Pommier

Communication financière

CALYPTUS

Imprimé par l'entreprise adaptée Handiprint,
en avril 2023, sur du papier 100% recyclé issu
de forêts gérées durablement.

© DÉKUPLE - ADLPartner avril 2023
Tous droits réservés

