

COMMUNIQUE DE PRESSE**CHIFFRE D'AFFAIRES 1^{ER} SEMESTRE 2022 : 15 M€ (-4,7%)****& MARGE BRUTE : 10,3 M€ (-4,3%)****CONSOLIDATION APRÈS UN FORT REBOND EN 2021****HAUSSE DES VENTES DIGITALES**

Levallois-Perret, France, le 24 mai 2022, Qwamplify (ISIN : FR0010889386 - Mnémonique : ALQWA), acteur majeur en France de solutions de digital & data marketing annonce ce jour son Chiffre d'Affaires (CA) et sa Marge Brute (MB) pour le 1^{er} semestre 2022 (octobre 2021 – mars 2022) :

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE 1ER SEMESTRE 2022 (Octobre 2021-Mars 2022)

Chiffres non audités en M€	S1 2022	S1 2021	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé	15,0	15,8	-4,7%
Marge Brute consolidée	10,3	10,7	-4,3%

Au cours du 1^{er} semestre 2022, le Chiffre d'Affaires consolidé baisse légèrement et atteint 15 M€ (-4,7%). Les activités digitales ont continué leur croissance, mais le CA global a été impacté par la baisse du CA des campagnes Shopper en France et dans les pays Nordiques, et ce malgré un nombre de campagnes quasi stable. De plus, le premier semestre 2021, qui avait bénéficié du rebond post confinement, avait été particulièrement fort avec une croissance de plus de 23%.

La Marge Brute se rétracte de 4,3% à 10,3M€ malgré une croissance des activités digitales, là aussi impactée par un effet de base défavorable avec une croissance de plus de 26% au premier semestre 2021.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE BRUTE 2EME TRIMESTRE 2022 (Janvier-Mars 2022)

Chiffres non audités en M€	T2 2022	T2 2021	Var %
Chiffre d'Affaires consolidé	7	7,9	-10,7%
Marge Brute consolidée	4,9	5,2	-5,9%

Le Chiffre d'Affaires du 2^{ème} trimestre 2022 a connu une baisse de 10,7% par rapport à celle du 2^{ème} trimestre 2021 pour atteindre 7M€. La Marge Brute est également en baisse, plus mesurée, de 5,9% du fait notamment:



Smarter data for better experiences

- de la croissance des activités digitales (en particulier SEO, Social, Performance, Display et influence) dont le taux de MB est plus élevé que les activités Shopper;
- de la baisse du CA des campagnes Shopper en France et dans les pays Nordiques résultant notamment de la contraction de la consommation dans un contexte de hausse des prix;
- d'un effet de base défavorable : l'activité du 2^{ème} trimestre 2021 avait été marquée par une forte croissance de 29% du CA et de plus de 27% de la MB.

PERSPECTIVES DE RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022 ET ACTIVITÉ 2022

Du fait de cette consolidation de l'activité, mais aussi car le Groupe a décidé d'investir davantage dans la croissance future en augmentant ses dépenses marketing, en renforçant ses équipes commerciales et en continuant à investir dans sa plateforme data pour développer l'offre 360°, Qwamplify s'attend à un résultat d'exploitation autour de 10% de son CA (15% de la MB).

Le Groupe reste confiant sur sa stratégie et ses performances de croissance à venir.

Le pôle 360° a été réorganisé et les ventes se développent avec l'acquisition de nouveaux clients grands comptes comme Vélux ou Printemps, dont les effets seront visibles au cours du 2nd semestre. Le pôle Shopper devrait être plus résistant au second semestre du fait de la croissance du nombre de campagnes signées au cours du dernier trimestre et ce en France et dans les Pays Nordiques.

Enfin, doté d'une structure financière toujours très solide grâce à une activité génératrice de trésorerie et un besoin en fonds de roulement négatif du pôle Shopper, le Groupe devrait reprendre sa politique de croissance externe pour renforcer son offre 360° et sa position de challenger sur le marché des agences digitales indépendantes.

Cédric Reny, PDG et fondateur, commente : « *Le rebond avait été particulièrement fort en 2021. Nos activités digitales ont encore continué leur croissance démontrant la pertinence de notre stratégie. L'activité Shopper devrait être plus dynamique au cours du 2nd semestre. Avec l'intégration de notre offre 360° qui s'accélère, le gain de nos premiers gros clients 360°, les recrutements commerciaux et la hausse de nos investissements marketings, je reste confiant sur notre stratégie de croissance, génératrice de cashflow dans les mois et années qui viennent, malgré un contexte inflationniste qui va peser sur la consommation. Nous sommes également actifs sur la recherche de cibles permettant de renforcer la stratégie digitale 360°.* »

PROCHAIN COMMUNIQUÉ : résultats du 1^{er} semestre 2022 : 28 juin 2022.



Smarter data for better experiences

A propos de Qwamplify

Qwamplify est un groupe marketing européen de services digital & data auprès des marques, distributeurs et e-commerçants pour développer leurs ventes. Le Groupe propose des solutions digitales (emailing, SEA & SMA, SEO, Display, coregistration, Brand Content, Social Media, Influence & analytics) et des solutions promotionnelles B2B et B2C. Depuis 1997, Qwamplify a acquis une solide notoriété auprès de plus de 800 annonceurs, dont : TCL, Delonghi, Kärcher, Manitou, Decathlon, Bureau Vallée, Menzco, Etam, Air Caraïbes, Michelin ou Arla Food.

Qualifié d'« Entreprise Innovante » par Bpifrance, le Groupe, dont le siège est à Levallois-Perret, coté sur Euronext Growth et intégré dans l'indice PEA-PME 150, est implanté également à Aix-en-Provence, Lille, Marseille, Nice et Bordeaux en France ainsi qu'en Finlande, Suède et Norvège. Il a réalisé, au titre de son dernier exercice clos à fin septembre 2021, une marge brute de 21 M€ et un chiffre d'affaires de 31 M€ (+21,1%).

CONTACTS : investisseurs@qwamplify.com

Cédric Reny

PDG et fondateur

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

Solène Clément

Directrice Administrative et Financière

<https://www.linkedin.com/in/soleneclément-mylittlecfo/>

AUTHENTIFIÉ PAR



SECURITY MASTER Footprint
www.security-master-footprint.com

ISIN : FR0010889386 – Mnémonique : ALQWA

Eligible au PEA-PME – Indice PEA-PME150

Labellisée « Entreprise Innovante » - BPI France

Coté sur Euronext Growth Paris

