



ADLPerformance

INNOVER EN DATA MARKETING SERVICES



DOSSIER DE PRESSE

SEPTEMBRE 2020

Acquisitions
Nouvelle organisation
Nominations

**Le Groupe ADLPerformance
accélère sa transformation
pour proposer des solutions
encore plus complètes
en data marketing cross-canal
en BtoC et en BtoB**



EDITO

Cela fait maintenant un an que j'ai rejoint le **Groupe ADLPerformance**.

Nous sommes un groupe industriel familial, spécialiste en data marketing, incontournable en France depuis presque 50 ans grâce à un business model solide, construit sur la performance business et porté par une forte expérience dans la maîtrise de la data et de l'activation multi-canal.

Durant cette année, j'ai pu découvrir des équipes impliquées, créatives, au service de nos clients et partenaires. **Les collaborateurs d'ADLPerformance ont su réagir face à la crise du Covid de façon courageuse, solidaire, en imaginant à chaque fois de nouvelles solutions pour nous-même et pour nos clients.** Je suis très fier d'avoir rejoint cette belle entreprise et ses plus de 500 collaborateurs.

Une de nos grandes forces est notre capacité d'adaptation et d'innovation : je l'ai constaté dès mon arrivée, avec des femmes et des hommes qui se sont impliqués dans les différents chantiers de réflexions collectifs, et durant le confinement où, en seulement quelques jours, nous avons été en mesure d'adapter nos propositions marketing au contexte pour apporter des solutions aux entreprises et répondre à leurs enjeux et besoins immédiats (*Happy at Home, Return to Store, Re-Bons*).

Pour renforcer cette dynamique, nous mettons en place une nouvelle organisation en pôles d'activités. Cette organisation est au service d'une croissance que nous voulons accélérer dans chacun de nos domaines. **En donnant plus d'autonomie à nos pôles, nous voulons permettre à chaque entité d'affermir sa stratégie, de mieux appréhender son marché et de mener avec énergie les actions nécessaires au service de notre ambition.** Nous avons tous en commun une forte compétence autour du marketing et de la data, compétence que nous mettons au service de nos clients dans différents secteurs.

Pour rester leader dans le secteur du marketing qui évolue très rapidement, nous souhaitons en permanence intégrer de nouvelles compétences, que ce soit par des embauches ou par des acquisitions ciblées d'entreprises complémentaires.

En cette période de crise, notre modèle prouve toute sa résilience et nous permet de poursuivre avec détermination notre croissance.

Ainsi, nous avons racheté durant l'été 2020, deux entreprises (Pschhh et AWE) qui vont nous permettre de nous renforcer à la fois sur le marketing BtoC et le marketing BtoB.

Le Groupe ADLPerformance aura intégré 3 entreprises (Ividence, Pschhh, AWE) en l'espace de 7 mois ! **La crise est donc pour nous un accélérateur de transformation et de croissance, au service de la transformation des entreprises avec lesquelles nous collaborons.**



Bertrand Laurioz
Président du Directoire

SOMMAIRE

■ Le Groupe ADLPerformance accélère son développement	p.4
■ Le Groupe ADLPerformance poursuit ses investissements avec l'intégration de deux nouvelles entreprises	
Pschhh	p.7
AWE	p.8
■ La nouvelle organisation du Groupe ADLPerformance, une illustration de la solidité du business model	
Présentation des six pôles d'activité	p.9
Focus sur le Pôle Services Marketing et ses expertises	p.10
■ Les femmes et les hommes du Groupe ADLPerformance	
L'organigramme	p.11
Les équipes	p.11
Nomination de Nancy Faure, directrice générale du Pôle Presse	p.13
■ Le Groupe ADLPerformance	p.14
L'ADN du Groupe	
Données clés	
Dates clés	

Le Groupe ADLPerformance accélère son développement

Le Groupe ADLPerformance annonce deux nouvelles acquisitions : Pschhh et AWE ainsi qu'une nouvelle organisation de ses activités autour de 6 pôles



Paris, le 15 septembre 2020 – Le Groupe ADLPerformance, groupe européen indépendant spécialisé en data marketing services, poursuit ses investissements dans un contexte de crise inédite et confirme sa place de groupe incontournable du secteur. Il rachète 2 entreprises des secteurs de la communication et du marketing : Pschhh, agence de planning stratégique et de création, ainsi qu'AWE, société de marketing digital spécialiste du marketing BtoB. Ces nouvelles acquisitions, via le rachat d'actifs de Pschhh et via une prise de participation majoritaire pour AWE, font suite au rachat des actifs de l'entreprise Ividence au début de l'année 2020 et portent à 6 le nombre d'entreprises acquises en moins de 10 ans.

Ces investissements s'accompagnent d'une nouvelle organisation du Groupe ADLPerformance en 6 pôles - Presse, Assurance, Conseil et Technologie, Services Marketing France, Diversification BtoC et Iberia - et de la nomination de Nancy Faure, Directrice Générale du Pôle Presse.

Pschhh intègre le Groupe ADLPerformance de manière transversale pour apporter ses compétences en planning stratégique et créativité à l'ensemble des activités, tandis qu'AWE, intègre le Pôle Services Marketing France.

Le Groupe ADLPerformance opère sur toute la chaîne de valeur marketing en étant à la fois annonceur et agence au service des marques. Il consolide ainsi son positionnement tout en poursuivant son développement et sa croissance grâce à un modèle économique diversifié et résilient. Ces investissements s'accompagnent d'une progression de 20% des effectifs en l'espace d'1 an seulement.

“Notre business model solide prouve en cette période toute sa résilience. La crise sanitaire et économique que nous traversons est un accélérateur de transformation du Groupe ADLPerformance dans un contexte de sophistication croissante du secteur du data marketing. Nous proposons à nos clients des équipes marketing hybrides, qui agrègent des compétences multiples et pointues, à même de répondre rapidement aux enjeux de transformation des entreprises, » explique Bertrand Laurioz, Président du Directoire du Groupe ADLPerformance. Et d'ajouter : « Je suis très heureux d'accueillir les équipes de Pschhh et d'AWE qui par leurs expertises vont participer à nourrir cette vision et nous permettre d'apporter une réponse toujours plus complète à nos clients, notamment en termes de planning stratégique et de création pour les premières et sur les expertises marketing BtoB pour les secondes.”

Les nouvelles acquisitions, Pschhh et AWE : des accélérateurs de croissance sur des enjeux majeurs du marketing cross-canal

Avec le rachat des actifs de l'agence Pschhh, le Groupe ADLPerformance dispose désormais d'un planning stratégique puissant qui s'appuie sur les insights data qui font la force du Groupe. Cette nouvelle corde à son arc s'accompagne d'une nouvelle direction de la création qui va permettre au Groupe de se positionner face aux grandes agences du marché et d'adresser, plus largement encore, des sujets d'activation marketing par la publicité, le brand content et le marketing opérationnel.

“La Data et le Marketing sont devenus quasiment des sciences où règnent les algorithmes et les chiffres. Nous voulons absolument équilibrer l’ensemble de nos dispositifs marketing avec de la création et de l’émotion. C’est pourquoi, nous avons souhaité acquérir Pschhh, qui comme son nom l’indique va apporter sa créativité pétillante à nos activités, à la fois pour celles que nous avons en propre (Abonnement magazines, Assurances, etc.) et également pour nos activités de services marketing à destination des annonceurs”, détaille Bertrand Laurioz.

Les expertises du Groupe ADLPerformance couvrent toute la chaîne de valeur du marketing et peuvent être mises au service de toutes les typologies d’entreprises de tous secteurs. Avec AWE, le Groupe ADLPerformance va renforcer ses expertises en marketing BtoB notamment auprès des secteurs de l’industrie, de la technologie, et des services. Cette acquisition a 2 atouts : elle permet de renforcer la non-dépendance économique au secteur BtoC et permet de déployer des dispositifs innovants s’appuyant sur les meilleures expériences et résultats obtenus dans des secteurs connexes.

“Le marketing BtoC s’est fortement digitalisé dans la dernière décennie. La nouvelle évolution concerne désormais le Marketing BtoB dont le modèle est fortement mis sous pression par les coûts (événements et salons notamment), la montée du digital et du social selling et bien sûr très récemment par la Covid 19. C’est pourquoi, nous sommes convaincus que la data et le digital vont fortement accélérer la mutation du marketing BtoB traditionnel et de la prospection commerciale BtoB” affirme Bertrand Laurioz.

Une nouvelle organisation en 6 pôles pour favoriser le développement des offres spécifiques par marché

Cette nouvelle organisation sous forme de pôles permet au Groupe ADLPerformance de développer une approche décentralisée des décisions pour capitaliser sur des compétences spécifiques, sur une connaissance des enjeux au plus près du terrain, agir de façon agile sur un marché complexe et gagner in fine en fluidité et en pertinence dans les solutions proposées à ses clients. Preuve en est que chaque directeur de pôle adopte une posture d’entrepreneur avec une volonté du Groupe ADLPerformance de développer une culture de l’intrapreneuriat.

- **Le Pôle Presse** : Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le pôle commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Le portefeuille 2019 comptait plus de 2,7 millions d’abonnements gérés.
Dirigé par **Nancy Faure**
- **Le Pôle Assurance** : Depuis 2013, ADLP Assurances (courtier) propose des produits d’assurance par marketing direct via une marque BtoC en propre (AvoCotés) et également aux clients et prospects de marques partenaires. Le Pôle Assurance propose également ses services à des assureurs, mutuelles, courtiers, IP, banques pour développer le cross-selling de leurs produits sur leur base clients.
Dirigé par **Arnaud Delpierre**

- **Le Pôle Conseil et Technologie** : Afin d'aider les marques à accélérer leur performance business, ADLPerformance, au travers du cabinet de conseil Converteo, propose un accompagnement spécialisé dans la transformation digitale et data des entreprises. Le cabinet compte 4 domaines d'expertises : Data & Business, Analytics & Digital products, Media & CRM et Technology. Dirigé par **Raphaël Fétique** et **Thomas Faivre-Duboz**
- **Le Pôle Services Marketing France** : Proposant des prestations d'agence, ce pôle fournit des services marketing aux annonceurs afin de leur permettre de concevoir et mettre en œuvre de bout en bout des campagnes marketing cross-canal allant de l'acquisition jusqu'à la fidélisation. Ce pôle regroupe les activités d'Edata (génération de leads, PRM et locations de fichiers), Codes for Gifts (gratification), Activis (Search marketing), AWE (marketing digital BtoB), Ividence (Native advertising) et Leoo (programmes relationnels et fidélisation). Dirigé par **Claude Charpin**
- **Le Pôle Iberia** : Proposant des prestations d'agence, ce pôle fournit des services marketing aux annonceurs, en Espagne et au Portugal. Dirigé par **Rodrigo Serrano**
- **Le Pôle Diversification BtoC** : Ce pôle a pour ambition de développer de nouvelles activités à destination des particuliers, en s'appuyant sur les compétences data et marketing du Groupe. De nouveaux projets seront testés fin 2020, et s'ajouteront à l'activité existante Ybela. Dirigé par **Olivier Riès**

Chaque pôle développera son activité et sa rentabilité, en s'appuyant sur des fonctions centrales et sur les compétences présentes dans les autres pôles.

La diversification, un atout majeur en période de crise

Le Groupe ADLPerformance fonctionne selon un business model diversifié. Il opère :

- **Des activités BtoC** dont le modèle économique est basé sur la vente à des particuliers d'abonnements et souscriptions qui permettent de générer des revenus réguliers.
- **Des activités BtoB** : prestations de conseil et de services marketing clé en main qui contribuent à la transformation et à la performance business des entreprises, ainsi que des missions de conseil et d'accompagnement en data marketing et en accélération business par la data.

Les activités basées sur les **abonnements** et les **souscriptions** : (presse, assurances, compléments alimentaires) représentent actuellement **70% du chiffre d'affaires avec des revenus stables.**

De leurs côtés, **les activités de services marketing** - conseil en data marketing, campagnes de marketing digital conception et production de bout en bout de dispositifs marketing cross canal - ont représenté en 2019 un chiffre d'affaires de 42,1 Millions soit **une croissance de 61% par rapport à 2018.**

Le Groupe ADLPerformance poursuit ses investissements

avec l'intégration de deux nouvelles entreprises



Présentation

Pschhh est une agence créative qui conseille les marques en communication, marketing et publicité.

L'agence a pour objectif de créer des relations fortes entre les marques et les consommateurs grâce à :

- Un brand content générateur de valeur ajoutée pour le client final
- Des activations 360°
- Des campagnes publicitaires
- Des campagnes d'influence

Pschhh intègre transversalement le Groupe ADLPerformance pour travailler avec l'ensemble des activités

Le Groupe ADLPerformance a procédé à un rachat d'actifs de l'agence Pschhh.

Pschhh va assurer le planning stratégique et les projets de création pour l'ensemble des activités du Groupe ADLPerformance et particulièrement du Pôle Services Marketing pour la conception et la création des dispositifs marketing cross-canal, notamment en matière de brand content et d'activations digitales.

Le planning stratégique de Pschhh va pouvoir s'appuyer sur des insights datas solides présents au sein du Groupe ADLPerformance.

Grâce à ce rapprochement avec ADLPerformance, nous avons l'ambition de donner vie à une Creative Data stimulante, pragmatique, au service des marques et de leurs actions marketing, au bénéfice des consommateurs exigeants dont nous partageons les attentes.

Sébastien Brocandel, Directeur Général de Pschhh

Informations clés

- 2007 : création de Pschhh
- Sébastien Brocandel, Directeur Général en charge de la création
- Thomas Zavrosa, Directeur Général Adjoint en charge du planning stratégique
- 5 collaborateurs
- Principaux clients : Dunlop, Allianz, Crédit Agricole, L'OR, Yoplait

www.pschhh.com



Présentation

AWE est une agence conseil spécialiste du marketing digital BtoB dont les solutions répondent aux 2 principales problématiques des entreprises BtoB :

- L'acquisition de prospects online
- Et la mesure de la performance commerciale des actions marketing

AWE se positionne comme un support pour les forces de vente en permettant de générer des leads qualifiés.

AWE intervient dans 4 domaines d'expertise :

- Consulting : lead management process, définition des personas, scénarios de contenus, KPIs, dashboarding
- Marketing Automation (Marketo, Pardot, Eloqua, Hubspot) : conseil en choix de plateforme, intégration, implémentation et run des programmes marketing
- Data : développement et intégration de Customer Data Platforms (CDP), scoring de leads, de contenus et de bases clients
- Marketing services : gestion de campagnes de génération de leads sur Google, LinkedIn, emailing, social media BtoB, UX : landing pages, formulaires et chatbots

AWE intègre le Pôle Services Marketing France du Groupe ADLPerformance

Le Groupe ADLPerformance a pris une participation majoritaire au sein de la société AWE.

AWE vient enrichir l'offre marketing BtoB du Groupe ADLPerformance à destination des ETI et PME par sa capacité à créer des dispositifs d'acquisition de leads performants.

Le digital a profondément modifié les process d'achat et de vente en BtoB. L'offre d'AWE permet aux forces commerciales de bénéficier de toute la puissance du web, de la techno et de la data pour engager plus de prospects, mieux qualifiés. Le rapprochement avec ADLPerformance nous donne les moyens de développer notre offre et de servir un plus grand nombre d'ETI et de PME françaises.

Alexandre Garnier, Président d'AWE

Informations clés

- 2000 : création d'AWE par Alexandre Garnier
- 2019 : AWE reçoit 5 prix d'excellence marketing pour ses études de cas avec Algeco et Talensoft pour ses dispositifs de génération de leads et de marketing automation
- Alexandre Garnier, Président
- Sylvain Hervé, Directeur Général
- 37 collaborateurs
- Principaux clients : Air Liquide, Algeco, Arkema, Thales, Koné, Orange Business Services, Cégid, Talentia.

www.awe.fr



La nouvelle organisation du Groupe ADLPerformance,

une illustration de la solidité du business model

La force du Groupe ADLPerformance réside dans la complémentarité de ses activités, avec des **activités BtoC** : abonnements et souscriptions qui permettent de générer des revenus réguliers, associées à des **activités BtoB** : prestations de services marketing clé en main qui contribuent à la transformation des entreprises, grâce à des solutions de conseil et d'accompagnement en data marketing.



Six pôles d'activité

Cette nouvelle organisation sous forme de pôles permet au Groupe ADLPerformance de développer une **approche décentralisée** des décisions pour capitaliser sur des **compétences spécifiques**, sur une connaissance des enjeux **au plus près du terrain, agir de façon agile sur un marché complexe** et gagner in fine en fluidité et en pertinence dans les solutions proposées à ses clients.

- **Le Pôle Presse** : Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le pôle Presse commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Diffusées principalement en marque blanche sur des bases de données clients de marques partenaires, les campagnes marketing proposent l'abonnement à durée libre. La vente directe d'abonnement à durée déterminée représente une activité complémentaire. Le portefeuille 2019 comptait plus de 2,7 millions d'abonnements gérés.
- **Le Pôle Assurance** : Depuis 2013, ADLP Assurances (courtier) propose des produits d'assurance par marketing direct via une marque BtoC en propre (AvoCotés) et également aux clients et prospects de marques partenaires. Cette diversification s'appuie sur les savoir-faire historiques du Groupe dans la vente directe de services récurrents pour l'adapter au marché de l'assurance. L'offre se compose de 7 produits d'assurance affinitaires. Le Pôle Assurance propose également ses services à des assureurs, mutuelles, courtiers, IP, banques pour développer le cross-selling de leurs produits sur leur base clients.
- **Le Pôle Conseil et Technologie** : Afin d'aider les marques à accélérer leur performance business, ADLPerformance, au travers du cabinet de conseil Converteo, propose un accompagnement spécialisé dans la transformation digitale et data des entreprises. Le cabinet compte 4 domaines d'expertises : Data & Business, Analytics & Digital products, Media & CRM et Technology.
- **Le Pôle Services Marketing France** : Proposant des prestations d'agence, ce pôle fournit des services marketing aux annonceurs afin de leur permettre de concevoir et mettre en œuvre de bout en bout des campagnes marketing cross-canal allant de l'acquisition jusqu'à la fidélisation. Ce pôle regroupe les activités d'Edata (génération de leads, PRM et locations de fichiers), Codes for Gifts (gratification), Activis (Search marketing), AWE (marketing digital BtoB), Ividence (Native advertising) et Leoo (programmes relationnels et fidélisation).
- **Le Pôle Iberia** : Proposant des prestations d'agence, ce pôle fournit des services marketing aux annonceurs, en Espagne et au Portugal.
- **Le Pôle Diversification BtoC** : Ce pôle a pour ambition de développer de nouvelles activités à destination des particuliers, en s'appuyant sur les compétences data et marketing du Groupe. De nouveaux projets seront testés fin 2020, et s'ajouteront à l'activité existante Ybela.



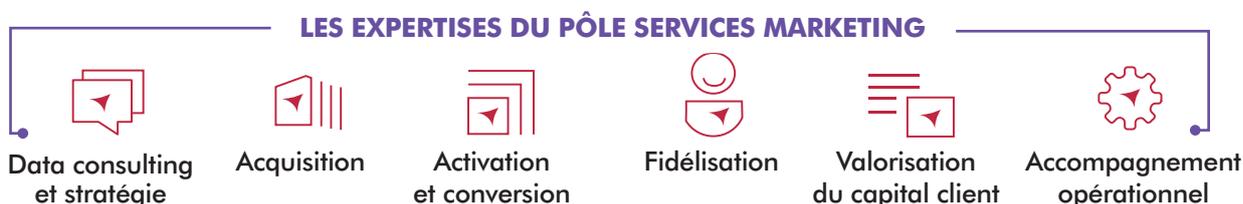
Focus sur le Pôle Services Marketing

La diversification opérée par le Groupe ADLPerformance, loin de signifier un éparpillement, illustre comment autour d'un cœur d'activité marketing et d'une maîtrise de la donnée, le Groupe a su, année après année, renforcer et développer son activité, anticiper les évolutions technologiques de son secteur et saisir les opportunités de croissance interne comme externe, pour devenir un spécialiste du marketing cross-canal. **En moins de 10 ans, le Groupe ADLPerformance a constitué un Pôle Services Marketing au service des annonceurs pour les aider à concevoir et mettre en œuvre leurs campagnes marketing cross-canal** principalement autour des activités suivantes :

- **Edata** : activité destinée à la mise en place de dispositifs d'acquisition sur-mesure grâce à l'identification des contacts les plus pertinents, via les canaux les plus performants.
- **Codes for Gifts** : activité destinée à la fidélisation des clients grâce à la mise en œuvre de programmes relationnels s'appuyant sur des actions de gratification.
- **Activis** : agence conseil en marketing digital, spécialisée dans la génération multi-canal de trafic et de leads qualifiés (SEO, Big Data SEO, SMO, SEA, SMA, PPC, Content Marketing) et l'optimisation des conversions (Web Analytique, Analyse Comportementale, CRO).
- **Leoo** : agence spécialisée en data marketing cross-canal et CRM, Leoo conçoit et anime des plateformes digitales relationnelles et des programmes de fidélisation permettant d'enrichir l'expérience client.
- **Ividence** : agence spécialisée en native advertising dont la solution est mise en place au sein de plus de 200 newsletters, dans 10 pays en Europe et au Moyen-Orient. Grâce à la publicité native, Ividence enrichit le marketing digital des marques en valorisant les atouts des éditeurs comme Prisma Media, 20Minutes, Outbrain, etc.
- **AWE** : cf. p.8.

Un pôle doté de six grandes expertises au service des marques

- **Data consulting et stratégie** : analyse de la data disponible, celle du client et celle de leurs datas providers, en découle une stratégie d'opportunités business.
 - Profiling d'audience et stratégies marketing media digital
 - Media et CRM
 - Data consulting et data factory
 - Data sémantique et stratégique
 - CDP et lead scoring
- **Acquisition** : dispositifs d'acquisition sur-mesure en fonction de la stratégie marketing et des cibles du client. Le Groupe ADLPerformance dispose d'un référentiel de 30 millions de contacts BtoC et 5 millions de contacts BtoB constitué, à la fois en contacts propres et en partenariats avec des éditeurs.
 - Paid media
 - Génération de leads
 - Search et content marketing
 - Drive to store
 - Data targeting
- **Activation et conversion** : conseil et mise en place d'opérations marketing ambitieuses multicanales, physique et digital.
 - Retargeting cross canal
 - Programme PRM (management de la relation prospect)
 - Optimisation de la conversion
 - Conversion cross canal
- **Fidélisation** : faire des programmes relationnels de véritables leviers de performance business.
 - Programme relationnel
 - Gratification
 - Enrichissement de bases de données clients
 - Wallet marketing
- **Valorisation du capital client** : valorisation des données clients pour son propre compte ou l'accompagner à les monétiser pour générer des revenus complémentaires.
 - Service magazine
 - Assurance
- **Accompagnement opérationnel** : formations à court terme au sein des entreprises ou accompagnement à plus long terme.



Les femmes et les hommes du Groupe ADLPerformance

L'organigramme

Directoire

Bertrand Laurioz
Président du Directoire



Olivier Riès
Directeur Général, membre du Directoire



Fonctions centrales



Emmanuel Gougeon
Directeur Financier Groupe, M&A et DSI



Marie-Laure Ricard
Directrice Ressources Humaines
et RSE Groupe



Philippe Le Meau
Directeur Stratégie, Marketing
et Communication Groupe



Claude Charpin
Directeur Commercial Groupe

Pôles d'expertises



Olivier Riès
Directeur Général du
Pôle Diversification
BtoC



Nancy Faure
Directrice générale
du Pôle Presse



Arnaud Delpierre
Directeur Général du
Pôle Assurance



Raphaël Fétique
Directeur associé /
Directeur Général
du Pôle Conseil



**Thomas
Faivre-Duboz**
Directeur associé /
Directeur Général
du Pôle Conseil



Claude Charpin
Directeur Général
du Pôle Services
Marketing France



Rogrigo Serrano
Directeur Général
ADLPerformance Spain

Les équipes

Directoire

Bertrand Laurioz Président du Directoire

Bertrand Laurioz est diplômé de l'École Polytechnique et de Telecom Paris et également titulaire d'un certificat d'administrateur des sociétés de Sciences Po-IFA. Il a débuté sa carrière au sein du groupe Suez. En 1995, il rejoint Sofrecom, filiale export d'Orange, en tant que Directeur de projet puis Directeur de département. En 2001, Bertrand Laurioz intègre Alcatel-Lucent où il alterne des rôles fonctionnels (analyse des risques, business opérations, Vice-président Country opérations) et opérationnels (Directeur des opérations France-Afrique Moyen-Orient, et Directeur Général de l'activité Services France). Il rejoint Hub One (Groupe ADP) en décembre 2013 en qualité de Directeur de l'opérateur Télécom.

Bertrand Laurioz a été nommé par le conseil de surveillance du 23 avril 2019 et a pris ses fonctions au sein du Groupe ADLPerformance en juillet 2019.

Olivier Riès Directeur Général, membre du Directoire

Titulaire d'une Maîtrise en Sciences de Gestion de l'Université Paris Panthéon-Sorbonne, Olivier Riès entre en 1982 dans la société RadioTechnique en qualité de responsable de la gestion de trésorerie. En 1985, il intègre la société TRT-TI en qualité de contrôleur de gestion. Depuis 1987 chez ADLPartner, il est aujourd'hui Directeur Général France et Membre du Directoire.

Fonctions centrales

Emmanuel Gougeon

Directeur Financier Groupe, M&A et DSI

Ancien élève de Telecom Paris, Emmanuel Gougeon débute sa carrière en 1994 à la Banque Indosuez en Afrique du Sud puis en France où il est chef de projet des systèmes de gestion des ventes et de la rentabilité client pour l'activité mondiale dette et change. Il intègre en 1999 McKinsey où il réalisera de nombreuses missions sur les marchés France, Europe et Afrique dans les secteurs Bancaire et Transport/Logistique. Il a rejoint le Groupe ADLPerformance en 2008.

Marie-Laure Ricard

Directrice Ressources Humaines et RSE Groupe

Marie-Laure Ricard est titulaire d'un DUT gestion entreprise et administration et a suivi une formation à l'IRPEC à Rennes. Elle débute sa carrière au contrôle de gestion du groupe Roullier en 1988 puis à partir de 1990, chez Prisma Média. En 2003, elle rejoint le groupe Axel Springer France comme Responsable du Contrôle de Gestion, avant d'être nommée en 2006, Responsable Administration, Finances et RH chez AG+J Jasmin. En 2008, elle rejoint Prisma Média sur le pôle TV puis en 2009 à la direction RH groupe jusqu'en 2016 où elle occupe le poste de Directrice Opérationnelle RH. Elle a rejoint le Groupe ADLPerformance fin 2017 en qualité de Directrice des Ressources Humaines.

Philippe Le Meau

Directeur Stratégie, Marketing et Communication Groupe

Titulaire d'une maîtrise de lettres modernes et communication et d'un DESS du CUEJ, Philippe Le Meau débute sa carrière en 1997 en tant que Concepteur-Chef de projet multimédia chez Franklin Partners, avant de rejoindre BDDP Interactive (qui deviendra TBWA Interactive) en 1998. Pendant 7 ans, il occupe successivement les fonctions de Chef de projet multimédia, Responsable du développement puis Directeur du développement. En janvier 2005, il rejoint le Groupe Plan créatif, en qualité de Directeur du Développement de Plan créatif Bees'net, agence 100% digitale, dont il deviendra DGA puis DG en 2010. En 2012, Plan créatif est racheté pour créer l'agence BABEL et il prend les fonctions de Directeur Associé en charge de la Direction des Programmes et du Digital. Il a rejoint le Groupe ADLPerformance en 2014 en qualité de Directeur du développement des activités digitales du Groupe.

Claude Charpin

Directeur Commercial Groupe

Diplômé de Telecom Paris, Claude Charpin débute sa carrière en qualité de Chef de Projet chez Cap Gemini, puis en 1993 chez British Telecom. En 1996, il intègre PWC Management Consultant où il exerce la fonction de Directeur CRM & E-Business. En 2001, il devient Directeur CRM chez A.T.Kearney. Puis, en 2003, il intègre le Groupe Spir Communication où il est Directeur Général Adjoint de Regicom en charge de la Direction des Opérations et de la Direction Commerciale. Il devient ensuite Associé CRM & E-Business chez Kurt Salmon en 2008 avant de rejoindre en 2009 e-TF1 où il occupe la fonction de Directeur Délégué en charge du CRM, des Jeux en Ligne et des nouveaux business. Il a rejoint le Groupe ADLPerformance en 2012 en qualité de Directeur Business Development.

Pôles d'expertises

Olivier Riès

Directeur Général du Pôle Diversification BtoC

Voir ci-dessus

Nancy Faure rejoint le Groupe ADLPerformance et prend la Direction générale du Pôle Presse

Diplômée de l'ESSEC (1997) et titulaire en complément d'une licence de droit des affaires, Nancy Faure, débute sa carrière en 1998 en tant que consultante au sein du cabinet de conseil A.T. Kearney où elle reste 3 ans. En 2000, elle rejoint une start-up, Modern Media, comme Business Developer. 2 ans plus tard, Nancy Faure intègre le groupe ACCOR où durant 12 ans elle occupe différentes fonctions Marketing, Commerciales et Digitales. Elle est notamment Directrice exécutive Marketing pour ibis et Directrice exécutive des Projets Commerciaux pour l'ensemble du groupe. Nancy Faure poursuit sa carrière dans le secteur du tourisme : elle rejoint d'abord la société The Ascott Limited en 2014 comme Directrice exécutive Vente, Digitale et Marketing Europe puis en 2018, elle devient la Directrice Générale France de Travelzoo, un media digital. Elle rejoint le Groupe ADLPerformance en septembre 2020.

Arnaud Delpierre

Directeur Général du Pôle Assurance

Arnaud Delpierre est titulaire d'un DESS Mécaniques et Stratégies Industrielles acquis auprès de l'Université de Strasbourg en 1997 et d'un Master Management International et Gestion de projet obtenu à NEOMA Business School en 1998. Il débute sa carrière en 1999 en tant que consultant sur des projets de CRM pour différents cabinets de conseil. En 2005, il rejoint AEGON Direct Marketing Services et prend la direction de opérations et des partenariats. Fort de ces expériences, il fonde fin 2007 Tolaud Consulting et devient consultant indépendant. Un de ses clients, SPB Group, courtier d'assurances, lui propose alors d'intégrer ses équipes comme Directeur des Projets Groupe, proposition qu'il accepte en 2009. Début 2011, Arnaud Delpierre rejoint REMARK International (Groupe SCOR) comme Head of Market pour la France et l'Italie, et Directeur des Opérations pour l'Espagne. 7 ans plus tard, il devient Directeur Général France de Filiassur. Il a rejoint le Groupe ADLPerformance en février 2020.

Raphaël Fétique

Directeur associé / Directeur Général du Pôle Conseil

Expert de la data et du digital depuis plus de 10 ans, Raphaël est diplômé de Télécom Paris. Il intervient dans de nombreuses écoles et universités. Il est auteur de 2 livres (WebMarketing / WebConversion) parus aux Éditions Dunod. Il a co-fondé le cabinet de conseil Converteo qui compte aujourd'hui plus de 170 consultants et experts. Accélérateur de performance, intervenant du cadrage à la réalisation, connecteur entre le marketing et l'IT, indépendant, Converteo œuvre pour le transfert de compétences.

Thomas Faivre-Duboz

Directeur associé / Directeur Général du Pôle Conseil

Thomas est co-fondateur de Converteo, cabinet de conseil en stratégie digitale & data constitué de 170 consultants de haut niveau. Diplômé d'HEC Paris, il accompagne ses clients grands comptes et PME dans leurs projets de transformation digitale et d'optimisation du marketing par la data. Thomas est également intervenant régulier en conférence ainsi que dans des grandes écoles, incubateurs et instituts de formation.

Claude Charpin

Directeur Général du Pôle Services Marketing France

Voir ci-dessus.

Rodrigo Serrano

Directeur Général d'ADLPerformance Spain

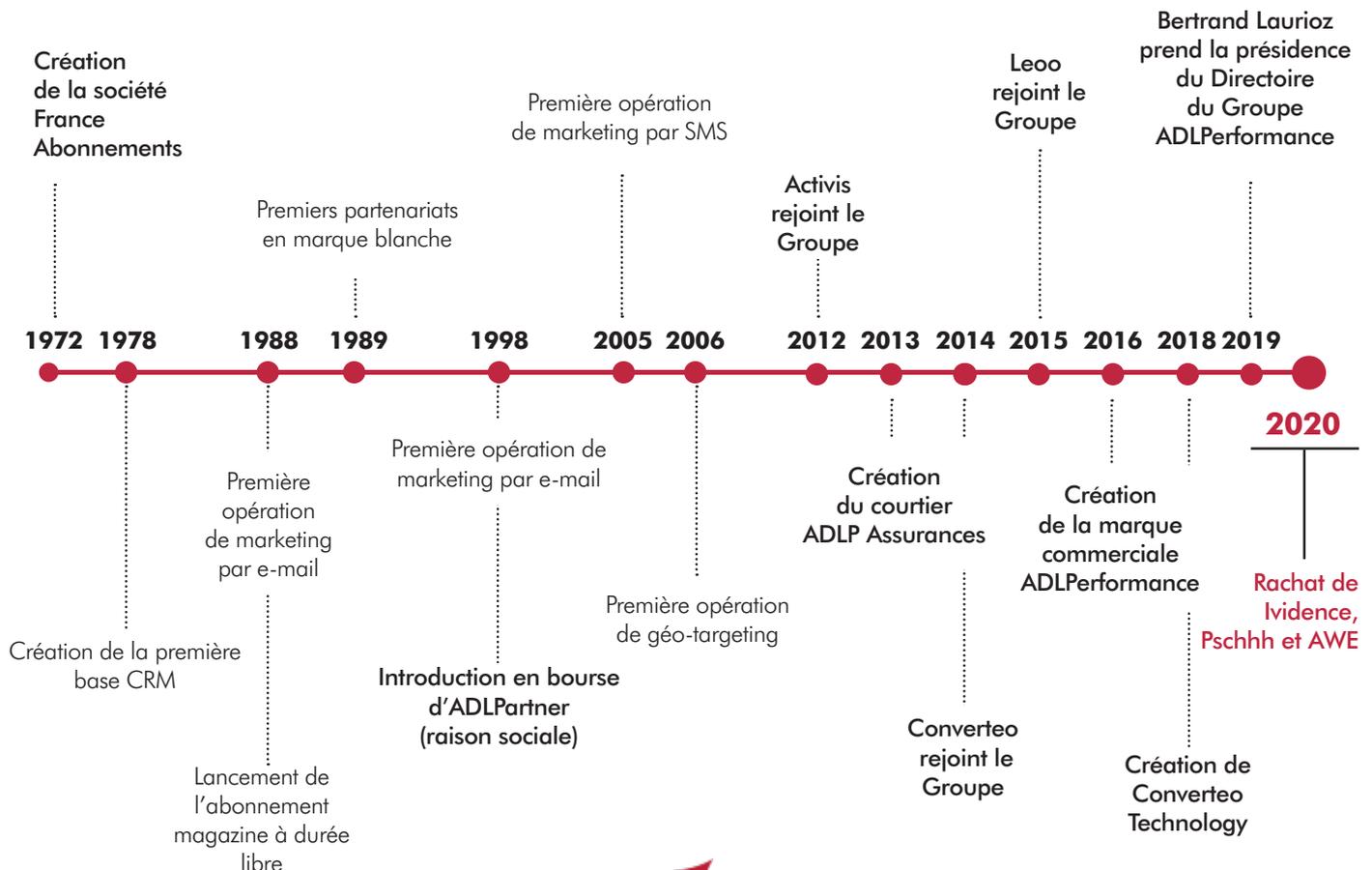
Rodrigo Serrano est ingénieur en télécommunications de l'Université Polytechnique de Madrid et titulaire d'un MBA du Massachusetts Institute of Technology. Il a débuté sa carrière en tant que consultant chez McKinsey & Company, où il a commencé à travailler en 2000. Comme consultant, il a pu mener des projets principalement dans les secteurs de la finance et des télécommunications dans divers pays d'Europe et du Moyen-Orient. Il a rejoint ADLPerformance en janvier 2010 pour diriger la filiale Espagne.

Le Groupe ADLPerformance

ADLPerformance est un groupe familial français spécialisé en marketing cross-canal, fondé il y a 48 ans par Philippe Vigneron. Le Groupe ADLPerformance s'est constitué sur la maîtrise des opérations marketing à la performance pour ses activités en propre. Les premières activations furent des opérations de marketing direct afin de vendre aux consommateurs des abonnements magazine. Le Groupe s'est ensuite diversifié en proposant aux marques de monétiser leurs bases de données clients dans le cadre d'opérations marketing en partenariat, réalisées en marque blanche pour vendre des abonnements magazine ou des polices d'assurances.

Depuis les années 2000, le Groupe s'est fortement digitalisé afin de proposer aux annonceurs des opérations marketing cross-canal leur permettant de développer leur business. Cette évolution s'est accompagnée de rachats ou de prises de participation dans pas moins de 6 entreprises en moins de 10 ans. Alors que le contexte de l'année 2020 est particulièrement difficile, le Groupe ADLPerformance aura intégré 3 entreprises (Ividence, Pschhh et AWE) en seulement quelques mois.

Dates clés



L'ADN du Groupe...

- **La performance**, basée sur le test et sur la data
- **Le pragmatisme** par l'écoute de nos clients et partenaires
- **L'innovation** pour accompagner nos clients et imaginer le monde de demain
- **La croissance**, avec une vision long terme au service de la performance

... animé par 3 éléments culturels structurants :

- **La responsabilisation** et le sens du collectif
- **Le respect des collaborateurs et des clients**, avec honnêteté et humilité
- **La bienveillance** comme mode de relation positive



ADLPerformance

INNOVER EN DATA MARKETING SERVICES

139 Millions
d'euros de **chiffre**
d'affaires en 2019

+ de **500**
collaborateurs

Près de
50ans
d'existence

NYSE-Euronext Paris
depuis 1998

acteur majeur
du marketing cross-canal en Europe

50%
des clients sont membres du
CAC 40
Bouygues Telecom, Engie,
Orange... et de nombreuses ETI

Présent en
France,
Espagne et
Portugal

comcorp 

Contacts média

• **Ingrid Brégeon-Fall** •
ibregeonfall@comcorp.fr – 06 33 58 54 94

• **Sabrina Russo** •
srusso@comcorp.fr – 06 82 92 94 45

