

Revenus

S1 2025-2026

claranova



Eric GAREAU
Directeur Général
Claranova & Avanquest



Xavier ROJO
Directeur Financier
Claranova

1

CA S1 25-26 en baisse de 9% à périmètre et taux constants; pénalisé par un effet change défavorable (-6%) et par la cession des activités non stratégiques ("Non-Core") aux États-Unis (-4%), soit une baisse totale de 19% vs S1 24-25

2

Au premier semestre, le Groupe a concentré ses investissements sur le développement du segment B2B/PDF/Document, tout en maintenant une marge (ROC normalisé) attendue **légèrement supérieure à 20 %**

3*

Le segment PDF/Document enregistre une croissance de 6 % sur un an, portée par l'augmentation des investissements marketing (+16 %) et par la **dynamique du canal B2B (+18 %** par rapport à l'an dernier)

4*

Renforcement des revenus récurrents, portés par une **croissance de 46 % sur un an des nouvelles ventes B2B** et par une **hausse de 20 % des taux de renouvellement des offres PDF/Document**

S1 25-26
Revenus

49M€

-19% vs S1 24-25
-9% organique

S1 24-25
Revenus

60M€

Revenus T2 25-26 (M€)

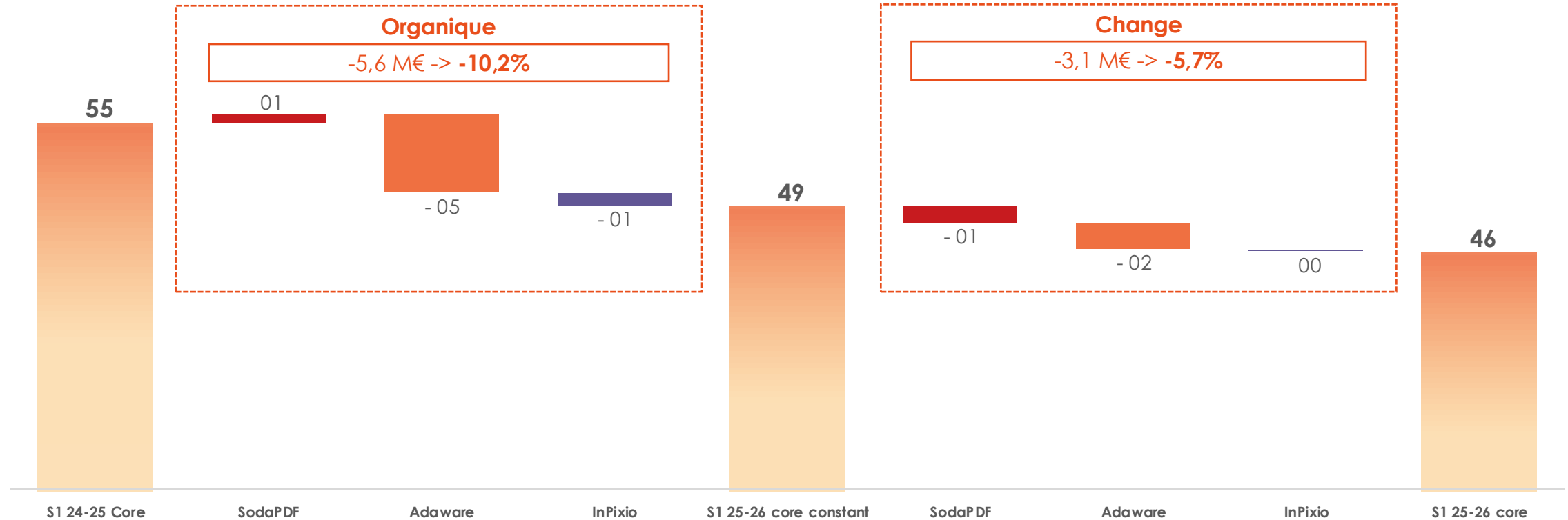
En M€	Oct à déc. 2024 (3 mois)	Oct à déc. 2025 (3 mois)	Variation	Var. à périm. et taux de change constants	Var. à taux de change constants	Var. à périmètre constant
CA 2^{ème} trimestre	32,5	24,7	-24%	-11%	-19%	-17%
Activités stratégiques (Utilitaires-Sécurité, PDF, Photo)	29,9	23,8	-21%	-15%	-15%	-21%
Activités non stratégiques* (cédées le 31/10/25)	2,6	0,9	-66%	n.a.	-62%	n.a.

Chiffre d'affaires S1 25-26 (M€)

En M€	Juil. à dec. 2024 (6 mois)	Juil. à déc. 2025 (6 mois)	Variation	Var. à périm. et taux de change constants	Var. à taux de change constants	Var. à périmètre constant
CA 1^{er} semestre	59,7	48,5	-19%	-9%	-13%	-15%
Activités stratégiques (Utilitaires-Sécurité, PDF, Photo)	54,8	46,1	-16%	-10%	-10%	-16%
Activités non stratégiques* (cédées le 31/10/25)	4,9	2,4	-50%	n.a.	-46%	n.a.

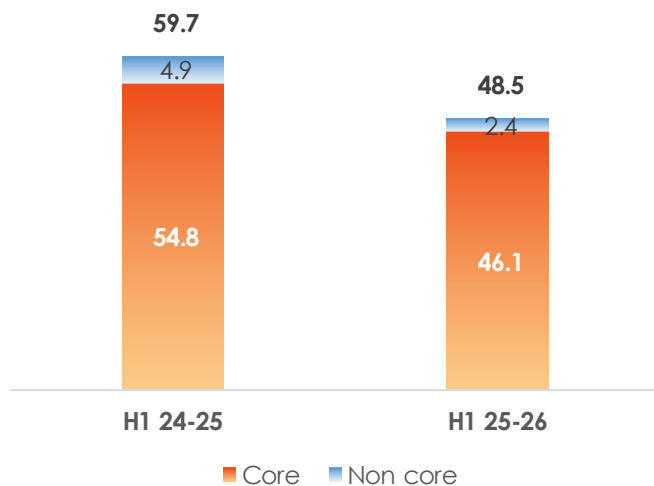
* Les activités non stratégiques reculaient de plus de 30% au T1. La comparaison du S1 24-25 avec l'an dernier est amputée de près de deux mois (novembre / décembre), à la suite de la cession des activités Non-Core aux États-Unis intervenue le 31 octobre 2025

CA S1 25-26 activités stratégiques ("Core")* : effet change pour 36% de la baisse vs S1 24-25 !

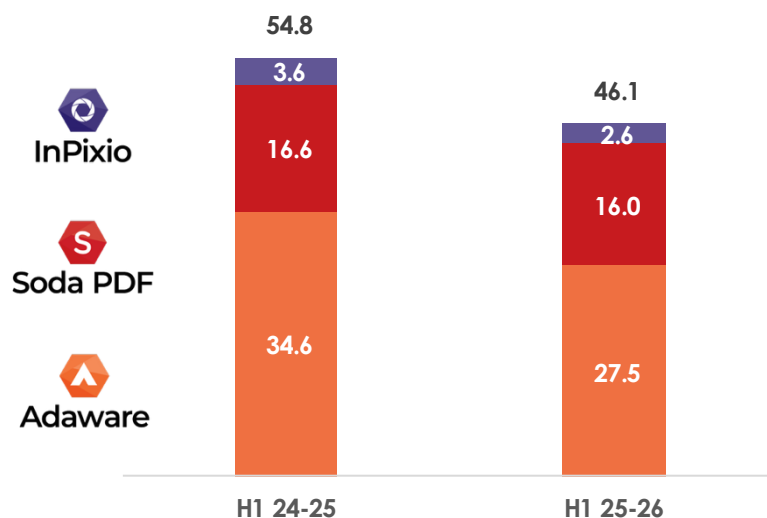


- Les revenus publicitaires d'Adaware poursuivent leur repli, sous l'effet d'un ralentissement volontaire des investissements marketing, d'une dynamique de marché plus faible qu'anticipé et d'une saisonnalité inférieure aux attentes (Black Friday et période des fêtes)

Revenu (€m)



Revenu core (€m)*



- CA S1 25-26 à **49 M€**, en baisse de 9% à périmètre et taux constants:
 - Effet change négatif de -6%
 - Effet périmètre négatif (-4%) lié à la cession des activités « Non-Core » aux États-Unis le 31 octobre 2025 (5 % du chiffre d'affaires)
- Activités stratégiques (“Core”)** représentent **95%** des revenus :
 - Baisse des revenus de 10% (à périmètre et taux constants)
 - Adaware affiche un recul de 16% lié à un ralentissement temporaire des revenus publicitaires, en lien avec la migration des utilisateurs, une dynamique de marché moins favorable et une saisonnalité plus faible (Black Friday et période des fêtes)
 - 14% de réduction des dépenses marketing vs l'an passé
 - InPixio recule de 24 %, dans un contexte de baisse des investissements marketing et d'ajustement du positionnement produit
- Les ventes de SodaPDF*** progressent de 6 %** à périmètre et taux de change constants par rapport à la même période l'an dernier
- Le **B2B**** représente **5,7% des revenus S1 25-26** (vs 4,5% l'an passé) et 16% des revenus PDF
- Les **revenus récurrents**** représentent **80%** des revenus totaux du S1 25-26 (vs 75% l'an passé)

KPIs stratégiques¹



LTV/CAC²

S1'25
2,16

FY25
2,21

S1'26
2,19



Base
clients

H1'25
+2,0%

FY25³
+0,2%

S1'26
-0,2%



% revenus
récurrents

H1'25
75%

FY25
75%

S1'26
80%



% B2B

H1'25
4,0%

FY25
4,5%

S1'26
5.7%

KPIs calculés en lien avec nos logiciels propriétaires en mode SaaS (Sécurité, PDF, Photo) :

- **LTV** : somme des revenus générés sur la durée de vie du client (produits et segments confondus)
- **Base clients** : évolution du nombre de clients actifs nets (nouveaux clients – désabonnements)
- **Revenus récurrents** : revenus générés par des utilisateurs de nos logiciels et/ou outils de façon répétitive. Ils correspondent notamment aux revenus de souscriptions liés à nos logiciels propriétaires (Sécurité, PDF, Photo) et aux revenus publicitaires sur notre base d'utilisateurs récurrents
- **CAC** : coût d'acquisition client

¹Key Performance Indicators: données de gestion moyennes, non auditées ²Moyenne pondérée mensuelle ³Recalculé



A man and a woman are looking at a laptop screen together. The man is on the left, and the woman is on the right. They are both smiling and appear to be in a professional or collaborative setting. The background is slightly blurred, showing what might be an office or a meeting room.

claranova

Contact analysts & investors

+33 1 41 27 19 74

ir@claranova.com

www.claranova.com

Disclaimer

This document contains forward-looking statements concerning Claranova's financial position, operating results, businesses, strategy and projects. Although Claranova believes that the forward-looking statements are founded on reasonable assumptions, they do not give any assurance as to the future performance of the Company. Actual results may differ significantly from forward-looking statements due to a certain number of risks and uncertainties, the majority of which are beyond Claranova's control and notably the risks described in the FY 2024-2025 Universal Registration Document filed with the AMF on October 30, 2025. The information presented in this document is provided for information purposes only. The 2024-2025 Consolidated Financial Statements take precedence.