



Résultats annuels 2009/2010

Media 6 publie ce jour ses résultats audités pour l'exercice 2009/2010. Les comptes consolidés ont été examinés par le Conseil d'Administration de Media 6 qui s'est réuni le 6 Janvier 2011.

Exercice social du 1^{er} octobre au 30 septembre

En K€	Exercice 2008/2009	S1 2009/2010	S2 2009/2010	Exercice 2009/2010
Chiffre d'affaires	75 135	29 599	37 420	67 019
Résultat opérationnel courant	(2853)	(3979)	719	(3260)
Résultat opérationnel (avant déprec. Goodwill)	(2 735)	(4 709)	280	(4 429)
Marge opérationnelle (avant déprec. Goodwill)	-3,6%	-15,9%	0,7%	-6,6%
Dépréciation - Goodwill	(912)	(279)	-	(279)
Résultat financier	(321)	23	(53)	(30)
Impôt	901	1 096	200	1 296
Résultat net	(3 067)	(3 869)	427	(3 442)
Marge Nette	-4,1%	-13,1%	1,1%	-5,1%
Résultat Net (part Groupe)	(2 877)	(3 774)	330	(3 444)

L'exercice 2008/2009 intègre la société Media 6 Asia Production Ltd (ex-Artium Ltd) depuis le 1^{er} mai 2009. La dépréciation du goodwill sur l'exercice 2009/2010 résulte des tests de perte de valeur de COLORMEDIA.

Retour à l'équilibre au second semestre

Au terme d'un exercice 2009/2010 encore pénalisé par une conjoncture difficile dans le secteur du luxe, le Groupe MEDIA 6 a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 67,0 M€, en repli de 10,8% (62,5 M€ à périmètre comparable) par rapport à l'exercice précédent. Toutefois, l'exercice écoulé a été marqué par une reprise progressive, trimestre par trimestre, de l'activité du Groupe. Le dernier trimestre a ainsi affiché une nette amélioration avec un retour à la croissance du chiffre d'affaires (+11,4% par rapport à la même période de l'exercice précédent).

Le Groupe MEDIA 6 continue à développer l'activité « mobilier et agencements d'espace de vente » qui représente désormais 37,1% des ventes (+2,4 points par rapport à l'exercice précédent), améliorant ainsi le mix-produit.

Pour faire face à une activité fortement pénalisée au premier semestre, le Groupe a poursuivi sa politique de réduction des coûts et de rationalisation de ses outils industriels pour abaisser son point mort. Cette stratégie, qui a engendré des coûts non récurrents importants (3,9 M€), a permis de renouer avec l'équilibre sur le second semestre.

Compte tenu du repli significatif du chiffre d'affaires au premier semestre et de la restructuration importante de l'outil industriel, la perte opérationnelle s'établit à -4,4 M€ avant dépréciation du Goodwill pour l'ensemble de l'exercice, incluant -3,9 M€ de coûts de structure non récurrents (coûts et frais encourus sur l'exercice et n'ayant pas vocation à se renouveler en 2011).

Après comptabilisation d'un résultat financier en amélioration et d'un produit d'impôt de 1,2 M€, le Groupe MEDIA 6 enregistre une perte nette de -3,4 M€ sur l'exercice 2009-2010, mais un bénéfice net de 330K€ sur le second semestre.

Structure financière solide

La structure financière de MEDIA 6 reste très solide : les capitaux propres du Groupe ressortent à 34,3 M€ à fin septembre 2010 et la trésorerie nette s'élève à 1 M€. Le Groupe démontre ainsi sa capacité de résistance dans un contexte de crise.

Confirmation de la reprise anticipée pour l'exercice 2010/2011

Fort d'un carnet de commandes en hausse de 9 M€ au 30/09/2010, dont 80% sur le périmètre Chine, le premier semestre 2011 devrait profiter de conditions favorables pour afficher une progression à deux chiffres de ses ventes. Media 6 continue notamment de développer son activité sur la zone Asie Pacifique grâce au fort relais de croissance de Media 6 Asia Production Ltd et entend faire de cette structure un acteur reconnu sur ce marché.

Pour l'ensemble de l'exercice 2010/2011, le Groupe compte également sur son positionnement concurrentiel solide qui devrait lui permettre de rebondir et de bénéficier pleinement des effets de la reprise qui se dessine. Grâce à cette nouvelle dynamique et à une politique de gestion rigoureuse afin de préserver ses fondamentaux économiques, un retour à l'équilibre est attendu pour l'exercice 2010/2011.

A propos de MEDIA 6

« Parce que 50% des achats se décident sur le point de vente »

Spécialiste du Marketing sur le Point de Vente, le groupe MEDIA 6 agence des espaces de ventes, crée, produit, et installe dans les points de ventes des supports de communication et de présentation qui permettent :

- d'augmenter la fréquentation du lieu de vente,
- d'optimiser et d'orienter les ventes au moment déterminant de l'acte d'achat.

Sur ces marchés, MEDIA 6 occupe une position particulière en étant le seul acteur du secteur proposant une solution globale intégrée multi matériaux :

- PLV, temporaire et permanente, pour une clientèle de fabricants ;
- Mobilier Commercial et de l'Agencement d'espace de vente, pour une clientèle de distributeurs.

Ce positionnement lui a permis de convaincre et fidéliser une clientèle prestigieuse qui compte notamment les plus grandes références du monde du luxe, de la pharmacie ou de la grande distribution.

Créé en 1977, MEDIA 6 est doté d'un effectif moyen de 830 personnes et de 7 sites de production spécialisés.

Le groupe MEDIA 6 est coté sur Euronext Paris - Compartiment C.

Code ISIN : FR0000064404 - Code Reuters : EDI.PA, Code Bloomberg EDI - www.media6.com

Calendrier de communication financière

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2010/2011 : 10 février 2011

CA semestriel 2010/2011 : 10 mai 2011

Résultats semestriels 2010/2011 : 6 Juin 2011

CA T3 2010/2011 : 5 août 2011

CA annuel 2010/2011 : 10 Novembre 2011

Retrouvez l'ensemble de la communication financière de MEDIA 6 sur actusnews.com

MEDIA 6 Jean-François FOZZANI Directeur Financier Tél. : 01 78 78 32 71	ACTUS Anne-Pauline PETUREAUX Relations Analystes / Investisseurs Tél. : 01 53 67 35 74 Anne-Catherine BONJOUR Relations Presse - Tél. : 01 53 67 36 93
--	--