



## Résultats annuels 2011/2012

### Très forte amélioration du Résultat Opérationnel Courant + 3,5 M€ à périmètre comparable

*Exercice social du 1<sup>er</sup> octobre au 30 septembre*

En K€	30 septembre 2012	30 septembre 2011	
		Données comparables <sup>(*)</sup>	Données publiées
Chiffre d'affaires	<b>61 986</b>	69 311	78 574
Résultat opérationnel courant	<b>1 195</b>	(2 258)	(903)
Résultat opérationnel ( <i>avant dépréciation Goodwill</i> )	<b>1 220</b>	(1 160)	195
<i>Marge opérationnelle (avant dépréciation Goodwill)</i>	<b>+2,0%</b>	-1,7%	+0,2%
Dépréciation Goodwill	-		-
Résultat financier	<b>387</b>	(756)	(738)
Impôt	<b>(749)</b>	1 627	1 169
Résultat net	<b>858</b>	(289)	626
<i>Marge Nette</i>	<b>+1,4%</b>	-0,4%	0,8%
Résultat Net (part groupe)	<b>857</b>	(291)	624

<sup>(\*)</sup> Les données au 30 septembre 2011 ont été retraitées pour tenir compte de la cession de Prugent Ebénisterie (1<sup>er</sup> août 2011). Les comptes 2011/2012 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 7 janvier 2013.

**Les résultats annuels publiés sur cet exercice récompensent la politique rigoureuse de restructuration et de réduction des coûts menée par le Groupe depuis plusieurs exercices pour abaisser son point mort. Cet exercice a été marqué par un redressement constant des marges, sur l'ensemble des pôles d'activité (PLV et agencement d'espaces de vente) malgré la baisse d'activité concentrée en particulier sur le dernier trimestre.**

### Activité & résultats : un redressement très significatif des marges malgré une baisse d'activité

Le chiffre d'affaires du Groupe ressort à 62,0 M€ contre 78,6 M€, en baisse de - 21,1% par rapport à l'exercice précédent. Ce repli est notamment dû à un effet périmètre (cession de Prugent Ebénisterie en août 2011) et un effet de base défavorable compte tenu d'une activité très dynamique en Chine sur 2010/2011 liée à des commandes significatives et non récurrentes sur l'activité PLV permanente. A périmètre comparable la baisse ne ressort que de - 10,5%.

Grâce à la poursuite de la politique de réduction des coûts conjuguée à une bonne maîtrise des marges commerciales, le résultat opérationnel courant à périmètre comparable ressort à +1,2 M€ contre - 2,3 M€ sur 2010/2011, soit une progression de + 3,5 M€.

Conformément aux objectifs annoncés, le résultat opérationnel devient positif à +1,2 M€ contre +0,2 M€ au 30 septembre 2011 (-1,2 M€ à périmètre comparable) qui bénéficiait d'un produit d'exploitation non récurrent de plus d' 1 M€.

Le résultat financier de 387 K€ intègre l'effet de l'appreciation du dollar par rapport à l'euro. Le coût de l'endettement financier a de son côté fortement chuté, passant de -262 K€ en 2011 à -98 K€ en 2012.

Finalement, après prise en compte du résultat financier et de l'impôt, Media 6 affiche un résultat net part du Groupe positif de 0,9 M€, contre 0,6 M€ sur l'exercice précédent, en hausse de +37%.

## Structure financière toujours très saine

La structure bilancielle de MEDIA 6 s'est consolidée, les capitaux propres du Groupe ressortent à 34,7 M€.

MEDIA 6 affiche au 30 septembre 2012 une trésorerie nette de + 2,8 M€ contre + 2,1 M€ sur l'exercice 2010/2011.

## Perspectives 2012/2013

Le Groupe n'anticipe pas d'accroissement d'activité sur 2013, la tendance observée sur le dernier trimestre se confirmant sur le début du nouvel exercice. Il restera vigilant sur la tenue de ses marges afin de préserver un résultat opérationnel positif.

Dans un environnement encore attentiste en Europe, la zone Asie-Pacifique devrait constituer un des points de développement commercial à venir, en particulier auprès de clients locaux comme en témoigne un premier succès commercial en début d'année. Le carnet de commandes au 30 septembre 2012, dont 20% pour la part Chine, est conforme à ces attentes.

## A propos de MEDIA 6

### **« Parce que 50% des achats se déclinent 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 690 personnes et de 6 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

**Prochaine communication : Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2012/2013, le 11 février 2013 après Bourse.**

Retrouvez l'ensemble de la communication financière de MEDIA 6 sur [actusnews.com](http://actusnews.com)

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