



Résultats semestriels 2008/2009

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

En K€	31 mars 2008	31 mars 2009
Chiffre d'affaires	41 964	38 018
Résultat opérationnel (avant déprec. Goodwill)	2 205	(1 600)
<i>Marge opérationnelle (avant déprec. Goodwill)</i>	5,3%	-4,2%
Dépréciation - Goodwill	-	(912)
Résultat financier	(105)	18
Impôt	(776)	688
Résultat net	1 324	(1 806)
<i>Marge Nette</i>	3,2%	-4,8%
Résultat Net (part Groupe)	1 325	(1 659)

Activité & résultats

A la fin du 1^{er} semestre de l'exercice 2008/2009 (1^{er} octobre 2008 au 31 mars 2009), le groupe MEDIA 6 a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 38,0 M€, en repli de 9,5% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

La brutale dégradation de la conjoncture économique au 2^{ème} trimestre de l'exercice, avec les ajustements qui en découlent, a impacté la rentabilité du Groupe. A fin mars 2009, le résultat opérationnel affiche une perte de 1,6 M€ avant dépréciation du Goodwill. Cette dépréciation, pour un montant de 0,9 M€, résulte des tests de pertes de valeur de MEDIA 6 Plastique, une des filiales de production du Groupe, particulièrement sensible à la conjoncture économique actuelle.

Le résultat net part du Groupe s'établit à -1,65 M€ après comptabilisation d'un résultat financier de -0,1 M€ et d'un produit d'impôts de 0,7 M€.

A fin mars 2009, la structure financière reste solide : les capitaux propres du groupe ressortent à 40,5 M€ et la liquidité nette s'élève à 1,4 M€.

Perspectives

Dans une situation économique toujours incertaine, le groupe MEDIA 6 demeure prudent et anticipe un chiffre d'affaires aux alentours de 73,5 M€ pour l'ensemble de l'exercice 2008/2009, à périmètre constant. Le Groupe entend, par ailleurs, redevenir profitable dès le second semestre de l'exercice.

Fort d'une structure financière solide et face à des concurrents fragilisés, le Groupe reste à l'écoute de nouvelles opportunités de croissance externe afin de continuer à jouer un rôle actif dans la structuration de son secteur. La récente acquisition d'ARTIUM Limited, fabricant chinois de matériels de PLV, ainsi que la prise de participation dans la société QUIVIDI, éditeur particulièrement innovant de logiciels de mesure d'audience, renforce la position de MEDIA 6 sur son marché. Ainsi, le Groupe est aujourd'hui structuré pour traverser la crise et développer ses positions sur un marché du marketing du point de vente qui reste structurellement porteur.

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 730 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

Prochaine communication : *Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2008/2009, le 5 août 2009.*

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 Nathalie BOUMENDIL Relations Analystes / Investisseurs Tél. : 01 53 67 35 74 Anne-Catherine BONJOUR Relations Presse - Tél. : 01 53 67 36 93
--	--