

**EMBARGO – 17 mai 2010 à 7h30.**

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

17 mai 2010

### **DÉCLARATION INTERMÉDIAIRE** **PREMIER TRIMESTRE 2010**

Le cash-flow opérationnel (EBITDA), le résultat net et donc la qualité du chiffre d'affaires se sont sensiblement améliorés grâce à la restructuration et aux mesures prises dès la fin 2008, mais surtout au premier semestre 2009. Et ce, en dépit d'un léger repli du chiffre d'affaires dû à la cessation d'activités déficitaires.

Au premier trimestre 2010, le chiffre d'affaires organique de Roularta a été du même ordre de grandeur que celui du premier trimestre 2009. En radio et en télé, le chiffre d'affaires a progressé de 3,6%. Les revenus publicitaires des sites web ont bondi quant à eux de près de 20%. Le chiffre d'affaires du marché des lecteurs s'est raffermi de quelques pour cent, tandis que le chiffre d'affaires publicitaire des médias imprimés s'est tassé de quelques pour cent. Toutefois, ce n'est qu'au second trimestre 2009 que la crise qui frappe le marché publicitaire depuis 2008 a le plus pesé sur le chiffre d'affaires de Roularta.

Roularta Media Group a réalisé au premier trimestre 2010 un chiffre d'affaires consolidé de 175,5 millions d'euros, contre 181,9 millions d'euros au premier trimestre 2009.

Après le premier trimestre 2009, la division Disques optiques, plusieurs titres audio-vidéo-hifi et musicaux français, ainsi que le magazine lifestyle français Atmosphères ont été cédés (voir 'modifications dans le groupe' (\*) dans le tableau ci-dessous). Compte tenu de ces ventes, le chiffre d'affaires organique s'est replié de 1,0% au premier trimestre 2010, par rapport au premier trimestre 2009.

#### Chiffre d'affaires consolidé par division (en KEUR)

| Division  | 31/03/2009     | 31/03/2010     | % évolution   |
|---|----------------|----------------|---------------|
| Médias imprimés                                 | 139.246        | 136.107        | - 2,3%        |
| Médias audiovisuels                             | 38.953         | 40.344         | + 3,6%        |
| Chiffre d'affaires intersegment                 | - 1.011        | - 939          |               |
| <b>Chiffre d'affaires (organique) consolidé</b> | <b>177.188</b> | <b>175.512</b> | <b>- 1,0%</b> |
| Modifications dans le groupe (*)                | + 4.698        |                |               |
| <b>Chiffre d'affaires consolidé</b>             | <b>181.886</b> | <b>175.512</b> | <b>- 3,5%</b> |

(\*) Studio Press, Atmosphères et VTV Optical discs

### **Médias imprimés**

Le chiffre d'affaires organique de la division Médias imprimés a baissé de 2,3%, de 139,3 à 136,1 millions d'euros.

Les revenus publicitaires issus de la presse gratuite, des journaux et magazines ont baissé de 3% comparé au premier trimestre 2009. En revanche, la publicité des activités internet a augmenté de 19,5%.

Les revenus issus du marché des lecteurs ont augmenté de quelque 2%.

La tendance positive affichée par le chiffre d'affaires des imprimés pour le compte de tiers ne transparait pas dans les chiffres d'affaires en raison de la baisse du prix du papier.

Par ailleurs, le chiffre d'affaires réalisé par les salons, séminaires, ventes de droits, magabooks et extensions de ligne affichent un repli de 7,5%.

### **Médias audiovisuels**

Le chiffre d'affaires de la division Médias audiovisuels a progressé de 39,0 à 40,3 millions d'euros, soit une hausse de 3,6% qui s'explique surtout par la hausse du chiffre d'affaires des chaînes de télé commerciales de la Vlaamse Media Maatschappij.

### **Perspectives**

Au premier trimestre 2010, il est clair que les restructurations réalisées en 2009 produisent leurs fruits. Ils auront dès lors aussi un impact important sur les marges.

Le chiffre d'affaires publicitaire des magazines français se révèle être le premier à donner des signes de redressement. Le succès de l'hebdomadaire lifestyle Styles L'Express (+35%) revêt une importance particulière. Les revenus publicitaires des sites web français affichent une croissance plus rapide encore au deuxième trimestre (avril/mai +80%).

En Belgique, la nouvelle formule du Streekkrant remporte un grand succès. Le format week-end et l'approche rédactionnelle sont désormais identiques à ceux du Zondag. Et les sites web des magazines, des stations radio et chaînes télé permettent d'enregistrer au premier semestre une croissance des revenus publicitaires.

La visibilité quant à l'évolution des revenus publicitaires dans le segment des magazines est toujours médiocre.

---

#### **Contacts**

Tél :

Rik De Nolf

Jan Staelens

Fax :

+ 32 51 266 323

+ 32 51 266 326

e-mail :

+ 32 51 266 593

+ 32 51 266 627

URL :

[rik.de.nolf@roularta.be](mailto:rik.de.nolf@roularta.be)

[jan.staelens@roularta.be](mailto:jan.staelens@roularta.be)

[www.roularta.be](http://www.roularta.be)

---