

Communiqué de presse

TRADING UPDATE PREMIER TRIMESTRE 2013

17 MAI 2013

TRADING UPDATE PREMIER TRIMESTRE 2013

Après un départ difficile marqué par une baisse du chiffre d'affaires au premier trimestre, Roularta Media Group table sur une amélioration au deuxième. Cela vaut pour tous les médias, tant pour la radio et la télévision que pour les médias imprimés et l'internet. Le marché publicitaire des magazines est toujours sous pression et les annonces d'emploi, de grande importance pour la presse gratuite, restent stagnantes en raison du climat économique toujours incertain.

Roularta Media Group a réalisé au **premier trimestre 2013** un chiffre d'affaires consolidé de 174,6 millions d'euros, contre 187,7 millions d'euros en 2012, soit une baisse de 7,0%.

Même en faisant abstraction des modifications intervenues dans le Groupe⁽¹⁾, le chiffre d'affaires affiche une baisse de 7,8% par rapport au premier trimestre 2012. Dans la division Médias Audiovisuels, on enregistre un repli de 12,6%, tandis que la division Médias Imprimés accuse une baisse de 6,3%.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE PAR DIVISION

Chiffre d'affaires consolidé par division (en KEUR)

Division	Q1/2013	Q1/2012	Evolution
Médias Imprimés	135.090	144.226	-6,3%
Médias Audiovisuels	39.061	44.690	-12,6%
Chiffre d'affaires intersegment	-1.091	-1.203	
Chiffre d'affaires corrigé⁽¹⁾	173.060	187.713	-7,8%
Modifications du Groupe	1.517	0	
Chiffre d'affaires consolidé	174.577	187.713	-7,0%

MÉDIAS IMPRIMÉS

Le chiffre d'affaires corrigé est revenu de 144,2 millions d'euros au premier trimestre 2012 à 135,1 millions d'euros au premier trimestre 2013, soit une baisse de 6,3%.

Publicité

Le chiffre d'affaires publicitaire des magazines affiche au premier trimestre un tassement moyen de 17,7%. Le chiffre d'affaires issu de la publicité dans Krant van West-Vlaanderen est resté quasiment stable, tandis que le chiffre d'affaires total des publications gratuites a diminué de 5,3%, malgré la croissance de 47% du magazine lifestyle Steps.

Internet

Le chiffre d'affaires des différents sites internet a augmenté de 10,7% par rapport au premier trimestre de l'an dernier. En Belgique comme en France, les revenus dégagés par les médias numériques affichent une progression constante.

(1) Il n'a pas été tenu compte des modifications au sein du Groupe afin d'obtenir un chiffre d'affaires corrigé, c.-à-d. un chiffre d'affaires comparable à celui de 2012. Les modifications au sein du Groupe concernent la nouvelle participation dans Euro DB (B-information).

Marché des lecteurs

Les revenus issus du marché des lecteurs (abonnements et ventes au numéro) ont baissé de 3,4% par rapport au premier trimestre 2012. En Belgique, tant les abonnements que les ventes au numéro se maintiennent à niveau. En France, par contre, les uns comme les autres accusent un repli.

Activités de composition et d'imprimerie

Le chiffre d'affaires des activités de composition et d'imprimerie pour des tiers affiche une baisse de 8,8% comparé au premier trimestre 2012.

Salons et séminaires

Le chiffre d'affaires des salons et des séminaires a augmenté de 1,3% par rapport au premier trimestre de 2012. L'édition 2013 de la foire Ondernemen/Entreprendre à Bruxelles a remporté un franc succès.

MÉDIAS AUDIOVISUELS

Comparés au premier trimestre 2012, les revenus de la division Médias Audiovisuels sont revenus de 44,7 à 39,1 millions d'euros, soit une baisse de 12,6%.

Publicité

Les revenus issus de la publicité en télé et en radio ont diminué au premier trimestre de 13,4%.

Revenus divers

Le chiffre d'affaires des revenus divers – extensions de ligne, SMS, vidéo à la demande (VOD), droits, productions audiovisuelles, etc. – a diminué de 10,2% par rapport à l'année dernière, suite surtout à une baisse des revenus enregistrés par les productions audiovisuelles et les services interactifs.

PERSPECTIVES

Si 2013 a connu des débuts difficiles, on entrevoit progressivement une amélioration.

Les bons chiffres d'audience des chaînes de la Vlaamse Media Maatschappij permettent d'aborder l'avenir avec confiance. La hausse du nombre de visiteurs et du chiffre d'affaires sur internet permet progressivement de dégager un business rentable. Par ailleurs, Roularta investit dans ses bases de données qualitatives et enregistre une belle progression sur le plan de la GRC (CRM) et de la génération de leads. Les salons et événements représentent aussi une nouvelle activité intéressante. Les revenus publicitaires des magazines en Belgique et en France affichent une tendance positive pour le deuxième trimestre et le marché des lecteurs se montre stable.

Contacts

Rik De Nolf (CEO)

Jan Staelens (CFO)

Tél.:	+ 32 51 266 323	+ 32 51 266 326
Fax:	+ 32 51 266 593	+ 32 51 266 627
Courriel:	rik.de.nolf@roularta.be	jan.staelens@roularta.be
URL:	www.roularta.be	
