



EMBARGO – 18 mai 2009 à 8h00

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

18 mai 2009

DÉCLARATION INTERMÉDIAIRE PREMIER TRIMESTRE 2009

Roularta Media Group a réalisé au premier trimestre 2009 un chiffre d'affaires consolidé de 181,9 millions d'euros, contre 201,2 millions d'euros au premier trimestre 2008, soit un repli de 9,6%. La crise économique et financière se traduit par la baisse du chiffre d'affaires publicitaire, tant en Belgique qu'en France et, dans une moindre mesure, par une diminution des revenus sur le marché des lecteurs.

Chiffre d'affaires consolidé par division (en KEUR)

Division	31/03/2008	31/03/2009	% évolution
Médias Imprimés	158.384	141.657	- 10,6%
Médias Audiovisuels	44.735	41.445	- 7,4%
Chiffre d'affaires intersegment	-1.870	-1.216	
Chiffre d'affaires consolidé	201.249	181.886	- 9,6%

Médias Imprimés

Le chiffre d'affaires de la division Médias Imprimés a baissé de 10,6%, de 158,4 à 141,7 millions d'euros.

Le magazine norvégien pour les seniors "Vi over 60" n'apparaît plus dans les chiffres, ceux-ci comprennent pour la première fois toute une série de nouveaux titres allemands édités depuis juillet 2008 dans le cadre du partenariat 50/50 avec Bayard.

Les publications gratuites ont subi une baisse de chiffre d'affaires publicitaire de 15 % imputable, essentiellement, aux offres d'emploi. Toutefois, les perspectives de ce département sont bonnes.

La nouvelle formule de Steps sur papier glacé, titre distribué désormais aux côtés du Zondag, connaît un franc succès. Le chiffre d'affaires du Zondag et du Streekkrant évolue favorablement et l'incorporation d'une série de tabloïds dans De Streekkrant permet une exploitation rationnelle.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Krant van West-Vlaanderen a fait du surplace, tandis que les revenus issus du marché des lecteurs ont augmenté.

Par ailleurs, les revenus publicitaires des magazines se sont tassés de 24,7 %. Cette baisse représente l'impact négatif le plus important sur l'EBIT, lequel risque de baisser sensiblement par rapport à 2008. Les réservations dernière minute des insertions publicitaires ne permettent pas de formuler des pronostics fiables.

Les revenus du marché des lecteurs se sont repliés de 5,6 %. Les fichiers d'abonnements résistent bien mais l'ensemble du marché des ventes au numéro est mis sous pression. L'hebdomadaire Knack, qui progresse de près de 10 %, fait figure d'exception. En juin, Le Vif/L'Express et Knack lanceront une seconde publication par semaine: Vif/L'Express Extra et Knack Extra axés sur un thème spécifique (18 fois par an).

Médias Audiovisuels

Le chiffre d'affaires de la division Médias Audiovisuels est revenu de 44,7 à 41,4 millions d'euros, soit une baisse de 7,4 %. Ce résultat tient toujours compte du chiffre d'affaires (en légère baisse) du département disques optiques, une activité cédée au groupe français Qol le 1^{er} avril dernier. Mais la télévision, et plus encore la radio, ont vu leur chiffre d'affaires baisser. Entre-temps, la structure des coûts de Canal Z/Kanaal Z a été améliorée via une collaboration de la chaîne avec VMMA sur le plan des facilités. L'audience a encore augmenté depuis que les émissions ont pour cadre le nouveau décor des studios de Vilvorde.

Perspectives

Entre-temps, Roularta a procédé à de nombreuses réorganisations et restructurations en Belgique et en France.

Un plan d'assainissement est mis en œuvre dans toutes les divisions, y compris chez Vlaamse Media Maatschappij (50 % Roularta).

L'imprimerie réalise un nombre croissant d'ordres d'impression de titres français, imprimés jusqu'ici en France, ce qui profite à la rentabilité du groupe.

Roularta prend les mesures qui s'imposent pour faire face à la crise. À présent, les premiers signes d'une stabilisation des revenus publicitaires se font ressentir. Mais Roularta prend en compte le fait qu'il peut s'écouler beaucoup de temps avant que ces revenus retrouvent le niveau de 2007.

En France, les premières fusions – de Studio / Ciné Live d'une part, et de Classica / Le Monde de la Musique d'autre part – sont une réussite tant sur le plan du marché publicitaire que sur celui des lecteurs. La mise en place de partenariats avec des confrères actifs dans le même secteur, notamment pour la vente d'espace publicitaire, peut dégager des solutions.

Quoi qu'il en soit, il y a lieu de tenir compte en 2009 des frais de restructuration uniques.

En 2010, l'effet de toutes les mesures sera atteint à 100 % et dans le courant de l'exercice 2010, on prévoit un redressement progressif du marché publicitaire.

Contacts

Tél :

Fax :

e-mail :

URL :

Rik De Nolf

+ 32 51 266 323

+ 32 51 266 593

rik.de.nolf@roularta.be

www.roularta.be

Jan Staelens

+ 32 51 266 326

+ 32 51 266 627

jan.staelens@roularta.be