



Résultats du 1^{er} semestre 2020-2021

Résultat net de (2,0) M€

impacté par le contexte sanitaire et un redressement fiscal contesté

Trésorerie nette d'endettement bancaire stable à 1,3 M€

MEDIA 6 (Euronext Paris - Compartiment C - FR0000064404 - EDI), spécialiste du Marketing sur le Point de Vente, publie ses résultats du premier semestre de l'exercice 2020-2021 (clôture de l'exercice au 30 septembre 2021), arrêtés par le Conseil d'administration en date du 31 mai 2021. Les procédures d'audit sur les comptes annuels consolidés ont été effectuées.

(en K€)	30 mars 2020	30 mars 2021
Chiffre d'affaires	35 421	32 395
Résultat opérationnel <i>avant goodwill</i>	(253)	(1 655)
Dépréciation Goodwill	-	-
Résultat financier	(260)	(149)
Impôts	317	(214)
Résultat net	(196)	(2 018)
Résultat net part du groupe	(196)	(2 018)

Activités et Résultats

Le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre s'établit à 32,4 M€, en recul de -8,5%, malgré l'intégration d'IMG sur la totalité du semestre. À périmètre comparable, hors IMG, le chiffre d'affaires semestriel est en baisse de -18,5% (26,9 M€ vs. 33,0 M€ au 1^{er} semestre 2019/2020).

L'ensemble des activités a continué d'être impacté par les mesures de restrictions et de confinements liés à la pandémie Covid-19, avec une baisse de la rentabilité moyenne, en raison du poids relatif grandissant d'IMG impacté négativement par ses ventes en USD, de la baisse des marges, en général, face à un nombre d'affaires plus rares en cette période de crise, ainsi que de la hausse inopinée de certaines matières premières, en situation de pénurie.

Le résultat opérationnel semestriel est en recul par rapport à l'exercice précédent, de (1 655) K€ contre (253) K€.

Le résultat financier intègre principalement le coût de l'endettement financier de (85) K€ et l'impact IFRS16 pour (38) K€. Les écarts de change restant, par ailleurs, presque neutres.

L'impôt sur les sociétés intègre (avec les lignes charges externes et impôts et taxes pour les parties TVA et CVAE) le cout du redressement fiscal 2015-2018 de (974) K€ arrivé au stade des mises en recouvrement bien qu'il fasse l'objet d'une contestation globale auprès de l'administration fiscale.

Au terme de ce 1^{er} semestre 2021, MEDIA 6 affiche un résultat net en perte de (2,0) M€, à comparer à une perte de (196) K€ au premier semestre 2020. IMG y contribue à hauteur de (432) K€ contre 56 K€ sur la même période en 2020.

Une structure financière saine

La structure financière du bilan du Groupe MEDIA 6 demeure solide. Les capitaux propres du Groupe passent de 30,2 M€ au 30 septembre 2020 à 28,5 M€ au 31 mars 2021.

L'endettement financier net s'établit à 2,3 M€ au 31 mars 2021 (versus 3,0 M€ au 30 septembre 2020), impact IFRS16 inclus de 3,6 M€ au 31 mars 2021 (versus 4,0 M€ au 30 septembre 2020).

In fine, hors IFRS16, le Groupe est donc en situation de trésorerie nette de 1,3 M€ contre 1,1 M€ au 30 septembre 2020. La baisse du BFR corrélée au recul de l'activité a rendu possible le maintien d'un niveau de trésorerie stable, ce qui illustre par ailleurs une solidité bilantielle.

Evènements post clôture

Les événements liés à la crise sanitaire mondiale Covid-19 ont perduré sur ce 1^{er} semestre 2021.

Un projet d'Offre Publique d'Achat Simplifiée en vue du retrait de la cotation boursière de l'action MEDIA 6 a été initié le 1^{er} avril 2021 par l'actionnaire patrimonial majoritaire du groupe, VASCO SARL, de concert avec la famille Vasseur. Le calendrier ainsi que l'ensemble des informations relatives à cette opération ont été déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) et sont disponibles le site internet de la Société, www.media6.com, rubrique « informations financières ». À l'heure de la publication de ce rapport financier, le dénouement de l'opération n'est pas encore connu.

Perspectives

À ce jour, l'état du carnet de commandes et le manque de visibilité sur l'évolution des marchés de MEDIA 6 d'ici à la fin de l'exercice ne permet pas d'anticiper un 2nd semestre supérieur au 1^{er}. Les anticipations à moyen et long terme sont particulièrement difficiles du fait de la modification des modes de consommation avec une évolution des actes d'achat en défaveur des points de vente physique au profit du numérique, dont une partie semble irréversible, de la fermeture définitive de certains points de vente, ainsi que des niveaux d'investissement actuels fixés comme leur nouvelle norme par bon nombre de nos clients.

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, en étant le seul acteur du secteur proposant une solution globale intégrée multi-matériaux :

- PLV, temporaire et permanente
- Mobilier commercial et agencement d'espaces de vente

avec des moyens de production à l'international sur les zones Europe, Amérique du Nord, et Asie-Pacifique.

Ce positionnement lui a permis de convaincre et fidéliser une clientèle prestigieuse qui compte notamment les plus grandes références du monde du luxe ou de la grande distribution.

Créé en 1977, MEDIA 6 est doté d'un effectif moyen de 500 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 financière : Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre, le 5 août 2021

Retrouvez l'ensemble de la communication financière de MEDIA 6 sur actusnews.com

MEDIA 6 Nicolas LE CAM Directeur Financier Tél. : 01 78 78 32 77	ACTUS Claire RIFFAUD Relations Analystes / Investisseurs Tél. : 01 53 67 36 79 Anne-Catherine BONJOUR Relations Presse Tél. : 01 53 67 36 93
---	---