



## Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2013/2014

Exercice social du 1<sup>er</sup> octobre au 30 septembre

En K€	31 mars 2014 (*)	31 mars 2013
Chiffre d'affaires	<b>24 839</b>	26 207
Résultat opérationnel (avant dépréciation Goodwill)	<b>(971)</b>	(245)
Dépréciation Goodwill	<b>(452)</b>	(302)
Résultat financier	<b>(66)</b>	27
Impôt	<b>289</b>	126
Résultat Net (part groupe)	<b>(1 198)</b>	(394)

(\*) Les chiffres au 31 mars 2014 sont audités. Les comptes du 1<sup>er</sup> semestre 2013/2014 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 28 mai 2014. Le rapport de certification sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins de la publication du rapport financier semestriel.

### Activité & résultats

Le chiffre d'affaires du premier semestre s'élève à 24,8 M€ contre 26,2 M€, en baisse de 5,2% marqué par un recul sensible d'activité en Chine. L'activité hors Chine progresse pour sa part de +3,0%

Le résultat opérationnel du semestre a été particulièrement affecté par la faible activité du premier trimestre et ressort à (0,9) M€.

Le groupe a par ailleurs enregistré sur le semestre une dépréciation de (0,4) M€ du goodwill de la société MEDIA 6 AGENCEMENT SHOP FITTINGS lié au fort recul du chiffre d'affaires sur la période (-12,9% par rapport à l'an dernier).

Au final, le résultat net ressort à (1,2) M€ contre (0,4) M€ au 31 mars 2013.

La structure bilancielle de MEDIA 6 demeure solide et affiche au 31 mars 2014 une trésorerie nette de +3,2 M€. Les capitaux propres du Groupe ressortent à 33,6 M€.

### Perspectives : un résultat opérationnel attendu positif au second semestre

Le second semestre a démarré sur des bases plus prometteuses, sauf sur le pôle agencement, et devrait générer un résultat opérationnel positif. Sur l'année, le niveau de chiffre d'affaires devrait être au moins comparable à celui de l'exercice écoulé compte tenu du carnet de commandes à date. En parallèle, Media 6 continuera de mener une stratégie prudente et restera vigilant sur la tenue de ses marges.

## 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 600 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](http://www.media6.com)

**Prochaine communication : Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013/2014, le 8 août 2014 après Bourse.**

Retrouvez l'ensemble de la communication financière de MEDIA 6 sur [actusnews.com](http://actusnews.com)

<b>MEDIA 6</b> <b>Jean-François FOZZANI</b> Directeur Financier Tél. : 01 78 78 32 71	<b>ACTUS</b> <b>Anne-Pauline PETUREAUX</b> Relations Analystes / Investisseurs Tél. : 01 53 67 35 74 <b>Anne-Catherine BONJOUR</b> Relations Presse - Tél. : 01 53 67 36 93
--	--