

Informations financières : www.spir.fr

Contact : Patrick SCHUSTER - Secrétaire Général

Tél.: +33 (0)4 42 33 73 18 - pschuster@spir.fr

Prochaine publication : Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2010 le mardi 20 avril 2010 après clôture.

Spir Communication est coté sur Eurolist - Compartiment C – et fait partie des indices SBF 250, CAC Mid 100, CAC Mid & Small 190, CAC Média, CAC Consumer Services et CAC All Shares. Code valeur ISIN : FR0000131732

PÔLE MÉDIAS

Chiffre d'affaires externe 2009 : 245,1 M€ -27,3%
Résultat opérationnel courant 2009 : -27,8 M€

PRESSE : CA externe 2009 : 193,7 M€ -33,5%
RO courant 2009 : -34,8 M€

Le transfert des petites annonces des journaux *Topannonces.fr* et *Logic-Immo.com* vers Internet, accéléré par la crise des marchés immobilier et automobile, a entraîné un recul important du chiffre d'affaires et de la rentabilité de la presse gratuite.

Pour faire face à cette évolution, un plan d'adaptation a été engagé. Il se traduit par :
- des efforts importants de rationalisation des coûts (fermetures de titres et réduction d'effectifs),

- le lancement de nouvelles formules de journaux plus attractives pour les annonceurs et les consommateurs,
- l'accélération des développements Internet.

INTERNET : CA externe 2009 : 51,4 M€ +12,3%
RO courant 2009 : 7,0 M€

Le chiffre d'affaires Internet représente 21% du chiffre d'affaires total réalisé par le Pôle Médias, en progression de 12% sur l'année. Cette augmentation provient essentiellement de la bonne performance des sites leaders *leboncoin.fr*, *lacentrale.fr* et *caradisiac.com*. En revanche, les sites *logic-immo.com* et *topannonces.fr*, particulièrement exposés à la crise, enregistrent un recul de leur chiffre d'affaires.

Des résultats 2009 fortement impactés par des charges non courantes

- Le résultat opérationnel a été impacté sur l'exercice 2009 par des éléments non courants, qui s'élèvent à -31,4 M€ de charges de restructuration et à -26 M€ de provisions pour dépréciations d'écarts d'acquisition. Les frais de restructurations correspondent pour l'essentiel aux mesures d'adaptation des activités Presse du groupe.
- Le résultat net part du groupe s'élève à -92,9 M€, après prise en compte d'une dépréciation de la participation détenue dans la société S3G Com pour un montant de -29,8 M€.

Compte de résultat consolidé - comptes audités
(En millions d'euros)

	2008	2009
Chiffre d'affaires	650,1	577,1
dont International	24,0	15,6
Résultat Opérationnel Courant	37,7	(16,7)
Charges de restructuration	(3,8)	(31,4)
Dépréciations d'actifs	-	(26,0)
Résultat opérationnel	33,9	(74,1)
Résultat Net Part du Groupe	10,5	(92,9)

PÔLE DISTRIBUTION

Chiffre d'affaires externe 2009 : 332,0 M€ +6,1%
Résultat opérationnel courant 2009 : 11,1 M€ -29,4%

DISTRIBUTION D'IMPRIMÉS : CA externe 2009 : 279,2 M€ +2,3%
RO courant 2009 : 19,8 M€ +17,2%

Avec un chiffre d'affaires en hausse de 2,3% et un résultat opérationnel courant en progression de 17,2%, l'activité de distribution d'imprimés publicitaires réalise une bonne performance sur l'ensemble de l'année. La conquête de nouveaux clients et l'amélioration de la marge opérationnelle expliquent ces bons résultats qui confirment aussi que l'imprimé publicitaire reste un support annonceur efficace dans un contexte de crise.

DISTRIBUTION DE COLIS : CA externe 2009 : 52,8 M€ +32,4%
RO courant 2009 : -8,7 M€

La croissance soutenue du chiffre d'affaires de +32,4% a été portée par le dynamisme du marché de la distribution de colis à domicile, entraîné par le fort développement de l'e-commerce en France. En revanche, la rentabilité de cette activité a été impactée par des coûts de développement encore importants afin de parvenir à une couverture suffisante du territoire et à un niveau de qualité de distribution satisfaisant.

Situation financière

- Le cash flow opérationnel est resté positif à 25,3 M€ grâce à une très bonne maîtrise du BFR qui s'améliore de 28 M€ sur la période. La dette financière nette est demeurée stable par rapport au 31 décembre 2008, à 111,6 M€.

Perspectives

Dans un contexte de visibilité réduite du marché de la publicité, le groupe Spir a abordé l'année 2010 avec la volonté de rendre rapidement opérationnelles les mesures d'adaptation qu'il a décidées. Il prévoit d'abaisser ses coûts fixes de 26 M€ et vise le retour à l'équilibre en 2010 grâce à la modernisation de ses offres commerciales et à l'accélération du développement de l'Internet.

ACTEUR GLOBAL DE LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ