

Paris, le 2 février 2007

Chiffre d'affaires 2006

Groupe Mediagérance a enregistré sur 2006 un chiffre d'affaires de 22,3 M€ contre 21,9 M€ en 2005, soit une croissance de 2% à périmètre constant.

COMMENTAIRES SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires observé en 2006 comprend deux évolutions contrastées :

1. Une forte baisse de 29 % du chiffre d'affaires lié à la production photographique de posters grands et moyens formats pour les grandes marques internationales du secteur des parfums et cosmétiques.

En effet, sous la concurrence accrue des zones à faible coût de main d'œuvre, les grands comptes internationaux organisent une délocalisation de cette production jusqu'à présent centralisée sur Paris. Ainsi, le chiffre d'affaires lié à ces prestations de production a diminué d'un montant de 960 K€ entre 2005 et 2006.

Cette évolution du marché constituant une tendance lourde et naturelle dans le contexte de mondialisation actuel, Groupe Mediagérance a pris la décision, en septembre 2006, d'externaliser l'activité de production photographique de sa filiale Labo4.

Désormais les activités du Groupe se concentrent donc, d'une part, sur les activités de ses agences de communication sectorielles et, d'autre part, sur l'activité de Media Management.

2. Si l'on neutralise en 2006 la baisse décrite ci-dessus des activités de production photographique, on observe une croissance plus soutenue des autres activités du Groupe. En effet, le chiffre d'affaires global des activités de communication et de Média Management représente en 2006 un montant de 20,0 M€ contre 18,5 M€ en 2005, soit une progression de 7,7%.

UN POSITIONNEMENT STRATEGIQUE CONFIRME

Courant 2006, Groupe Mediagérance a achevé son recentrage sur les activités synergiques de communication opérationnelle et de Média Management.

Son modèle économique repose désormais sur le cumul des revenus liés :

- aux activités de création et conception des agences de communication sectorielles,
- à la mise à disposition des plateformes de Média Management, et à l'externalisation de services récurrents dérivés (webmastering, hébergement, automates de mise en page, ...).

LANCEMENT REUSSI DE L'ACTIVITE A SINGAPOUR

Pour rendre attractives les prestations de services récurrentes, liées à la mise en place des plateformes de Média Management, Groupe Mediagérance a implanté en 2006 une filiale à Singapour. Cette activité offre aux clients de la société le bénéfice du fuseau horaire décalé et de prix de revient compétitifs.

PREMIERES LIVRAISON DE LA NOUVELLE PLATE FORME DE MEDIA MANAGEMENT

Fin 2006, la nouvelle plateforme de Média Management, développée au cours de l'année, a été livrée à de nouveaux clients (Renault, BPI, YSL Beauté et Thierry Mugler Parfums). L'incidence en facturation des services associés devrait se mesurer dès l'année 2007.

PERSPECTIVES 2007

Compte tenu des potentialités de croissance organique confirmées en 2006 sur les activités de communication opérationnelle et de Média Management, la société vise en 2007 un objectif d'amélioration significatif de sa rentabilité favorisé par la croissance du volume d'activité avec ses clients actuels.

GROUPE MEDIAGERANCE

Coté à l'Eurolist – Compartiment C d'Euronext Paris
ISIN : FR0000072993 – Reuters : MDGN.PA – Euroclear : 7299
Site société : www.mediagerance.com

Société anonyme au capital de 5 848 964 EUR
Siège social : 125 rue de Saussure - 75017 Paris
399 364 751 R.C.S. Paris