

Comptes annuels 2006

□ 2006 = Les fruits d'un recentrage réussi

- ✓ Chiffre d'affaires : + 2 %
- ✓ Forte progression du résultat opérationnel courant : + 24,8%
- ✓ Augmentation du résultat net : + 7,4%
- ✓ Ratio Dettes/Capitaux Propres : 0,27 (0,49 en 2005)

□ 2007 = Une stratégie de croissance basée sur 2 activités synergiques : Communication & Media Management

(en K€ et aux normes IFRS)	31/12/2005	31/12/2006	variation
Chiffres d'affaires	21 891	22 349	+2,1%
Résultat opérationnel courant	725	905	+24,8%
Résultat opérationnel	816	844	+3,4%
Résultat avant Impôts	679	769	+13,3%
Résultat net part du groupe	392	421	+7,4%
Dettes nettes	1 326	804	-43,0%
Capitaux propres	2 726	2 963	
Ratio Dette nette / Capitaux propres	0,49	0,27	

□ Un Chiffre d'affaires en profonde mutation

Le Groupe MEDIAGERANCE a enregistré en 2006 un chiffre d'affaires de 22,3 M€ contre 21,9 M€ en 2005, à périmètre équivalent, soit une progression de 2%.

Cependant la composition du CA a fortement évolué sur la période :

- Forte décroissance des activités de fabrication qui ont reculé de 29% pour ne représenter que 10% du chiffre d'affaires global. Cette branche a été intégralement externalisée en septembre 2006, dans le cadre du recentrage opéré par le Groupe dès 2004.
- Bonne tenue des activités de conseil en communication siglées « by MEDIAGERANCE » qui ont globalement progressé de 7,7%.
- Développement prometteur de la nouvelle activité de Media Management développée sur 2006 et qui a, d'ores et déjà, fait l'objet de contrats pluriannuels avec de grands clients (Renault, YSL Beauté, Mugler, BPI...).

□ Des indicateurs financiers en nette amélioration

- Un résultat opérationnel courant de 905 K€, en croissance de 24,8% par rapport à l'exercice précédent, intégrant pour la première fois un montant de 55 K€ au titre de la participation des salariés et la comptabilisation en charges des frais de développement de la plate-forme de Media Management ;
- Un résultat opérationnel de 844 K€ (dont 60 K€ de charges exceptionnelles) contre 816 K€ en 2005 (intégrant 80 K€ de reprise de provision) ;
- Un résultat net part du Groupe avant impôts de 769 K€ contre 679 K€ en 2005, soit une croissance de 13%, principalement liée à la nouvelle baisse du coût de l'endettement qui est passé de 104 K€ en 2005 à 75 K€ en 2006 ;
- Un résultat net de 421 K€ en progression de 7,4% par rapport à 2005, malgré la prise en compte en 2006 de 50 K€ d'IFA (acompte sur IS) perdus au titre de l'exercice 2004 ;
- Une nouvelle amélioration du ratio Endettement Net / Capitaux Propres qui se situe à 0,27 en 2006 contre 0,49 en 2005.

□ Un bilan d'activité satisfaisant et prometteur

L'effort porté depuis trois ans par Groupe MEDIAGERANCE au développement de ses activités de communication opérationnelle, à travers la création d'agences sectorielles (industrie & service, cosméto-luxe, bâtiment, ...), s'est vu récompensé avec l'obtention récente, à l'occasion du Salon HEAVENTS des 28-30 mars 2007, du trophée du dispositif événementiel de l'année 2006 pour l'opération « les 24 heures du Bâtiment ».

Le développement courant 2006 de la plate-forme web collaborative de Media Management va permettre au Groupe MEDIAGERANCE de commercialiser une offre spécifique auprès de ses clients grands comptes, visant à faciliter la distribution de leurs contenus de communication en :

- dégageant des gains de productivité au sein de leur organisation,
- réduisant significativement le « time to market »,
- optimisant leurs coûts de communication.

L'implantation réussie de la filiale de Singapour permet désormais d'offrir aux clients du Groupe la réactivité de fuseaux horaires décalés et des prix de revient compétitifs.

Pour la deuxième année consécutive, une résolution de distribution de 0,05 € de dividendes par action sera soumise à l'approbation de la prochaine Assemblée Générale.

□ Perspectives 2007

La stratégie de développement de Groupe MEDIAGERANCE repose sur la complémentarité et la synergie entre les activités de Communication opérationnelle et de Media Management.

La première garantit la poursuite d'une collaboration active avec 500 grands comptes dans un contexte de rentabilité en continuelle augmentation, grâce à un positionnement visant à remonter vers des prestations à forte valeur ajoutée, en se spécialisant sur des dispositifs de communication intégrant des étapes de conseil, création et réalisation.

La seconde repose sur la signature de contrats pluriannuels intégrant la mise à disposition de plate-formes web collaboratives et la fourniture de services associés.

Le modèle économique proposé garantit à Groupe MEDIAGERANCE des revenus multiples :

- Revenus récurrents via l'abonnement à la plate-forme web et les mises à jour applicatives
- Abonnement à des services partagés : hébergement, webmastering, encodage...
- Fees à la demande, au clic.

L'objectif de Groupe MEDIAGERANCE en 2007 est donc de s'appuyer sur ces deux branches d'activité aux modèles économiques complémentaires et aux réelles synergies commerciales pour accélérer la croissance de son chiffre d'affaires tout en poursuivant l'augmentation de sa rentabilité.

GRUPE MEDIAGERANCE

Euronext Paris - Eurolist C - ISIN : FR0000072993 – MDG - Indice : CAC AllShares

Site société : www.mediagerance.com

Société anonyme au capital de 5 848 964 EUR - 399 364 751 R.C.S. Paris

Siège social : 125 rue de Saussure - 75017 Paris