



Chiffres d'affaires au 31 mars 2011 : + 36,1%

Le groupe MEDIA 6 publie ce jour son chiffre d'affaires pour le premier semestre 2010/2011.

Exercice social du 1^{er} octobre au 30 septembre

Chiffre d'affaires consolidé (en M€)	2010 / 2011	2009 / 2010 ⁽²⁾	Var. %
1 ^{er} trimestre	18,0	13,6	+32,4%
<i>Production</i>	14,9	10,7	+39,3%
<i>Services</i>	3,1	2,9	+6,9%
2 ^{ème} trimestre	22,3	16,0	+39,4%
<i>Production</i>	18,7	13,3	+40,6%
<i>Services</i>	3,6	2,7	+33,3%
TOTAL	40,3⁽¹⁾	29,6	+36,1%
<i>Production</i>	33,6	24,0	+40,0%
<i>Services</i>	6,7	5,6	+19,6%

(1) Chiffre d'affaires non audité

(2) Données retraitées au niveau de la répartition Production/Services pour permettre la comparabilité

A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2010/2011 (1^{er} octobre 2010 au 31 mars 2011), le groupe MEDIA 6 a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 40,3 M€, en augmentation de 36,1% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Le Groupe a profité du mouvement de reprise de la demande dans la plupart des secteurs d'activité du Groupe, sauf la PLV temporaire (hors Chine) qui reste stable par rapport à l'exercice précédent. La croissance du chiffre d'affaires est tirée par la Chine (près de 20% du chiffre d'affaires du semestre). La progression hors Chine s'établit toutefois à +15,4%.

Compte tenu de cette forte dynamique commerciale, MEDIA 6 table sur une réduction sensible de sa perte opérationnelle par rapport au 1^{er} semestre de l'exercice précédent. La fin de la réorganisation industrielle de l'activité PLV au premier trimestre et les coûts engendrés pour accéder aux standards de qualité requis par le Groupe sur un nouveau produit en Chine, ont cependant généré des coûts exceptionnels, intégralement comptabilisés sur la période.

Au second semestre, MEDIA 6 prévoit une dynamique d'activité moins soutenue compte tenu notamment d'un effet de base plus élevé en fin d'exercice. Dans le même temps, la rentabilité devrait continuer à s'améliorer, le Groupe récoltant les fruits des efforts réalisés au cours des derniers semestres pour ajuster sa structure de coûts à la nouvelle configuration de marché.

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 950 personnes et de 7 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 : Résultats 1^{er} semestre 2010/2011, le 6 juin 2011.

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

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