

Communiqué de presse

6 août 2009

Malgré la morosité du marché, Axel Springer reste très rentable

Chiffre d'affaires et EBITDA en baisse par rapport aux résultats record de l'année précédente / Rendements EBITDA toujours importants s'élevant à 13 % / Cash-flow opérationnel fort / Nouvelle réduction de l'endettement net

Au cours du premier semestre 2009, le groupe Axel Springer AG a su conserver sa rentabilité à un niveau élevé grâce à son modèle commercial cross-média, à la force de ses marques et à une maîtrise des coûts efficace. Cependant, le groupe n'a pas pu échapper aux répercussions d'un marché particulièrement morose, confirmant ainsi les prévisions, et il a dû accuser une baisse de son chiffre d'affaires et de l'EBITDA par rapport à la même période de l'année précédente où le groupe enregistrait des performances record. Par rapport au premier trimestre 2009, les rendements EBITDA sont restés stables malgré la diminution constante des recettes publicitaires. Le comité de direction a vu ses prévisions concernant le premier trimestre se confirmer avec les résultats du premier semestre : les résultats du groupe pour l'exercice en cours seront bien moins bons que l'année précédente avec un recul du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires du groupe a baissé de 6,6 % avec 1 254,8 millions d'euros par rapport à l'année précédente (1 343,1 millions) au premier semestre. Hors effets de change, le recul est de 5,1 %. Malgré la conjoncture, les recettes des ventes sont restées stables limitant la baisse à 2,9 % pour atteindre 580,4 millions d'euros (contre 597,8 millions l'année précédente). L'augmentation des recettes publicitaires de 15,1 % dans le secteur des médias numériques a permis, en partie, de compenser le recul significatif des recettes publicitaires dans le secteur de la presse. Les recettes publicitaires ont diminué au total de 13 % au premier semestre pour atteindre 541,5 millions d'euros (contre 622,4 millions d'euros l'année précédente). Les autres recettes ont augmenté de 8,1 % pour atteindre 132,9 millions d'euros (contre 122,9 millions d'euros l'année précédente), entre autres, grâce à la contribution croissante du secteur des médias numériques.

Les conditions économiques extrêmement difficiles sur les marchés importants d'Europe de l'Est ainsi que les effets de change se sont traduits par une baisse des recettes à l'étranger de 16,7 % pour atteindre 249,6 millions d'euros (contre 299,8 millions d'euros l'année précédente). Axel Springer a ainsi atteint 19,9 % (contre 22,3 % l'année précédente) du chiffre d'affaires du groupe dans des opérations internationales. Le chiffre d'affaires sur les marchés extérieurs, hors effets de change, se réduit de 10,2 %.

Page 2 du communiqué de presse

6 août 2009

Axel Springer a pu compenser, au moins en partie, la baisse du chiffre d'affaires du groupe due à la faible conjoncture dans le secteur publicitaire grâce à une maîtrise des coûts efficace dans tous les secteurs du groupe. Le groupe a réduit de plus de 50 millions d'euros ses dépenses totales au premier semestre et a obtenu un résultat avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA), hors effets exceptionnels et effets liés aux allocations du prix d'acquisition, atteignant 162,3 millions d'euros contre 213,9 millions d'euros pour la même période l'année précédente. Axel Springer a ainsi maintenu les rendements EBITDA à un niveau élevé (12,9 % contre 15,9 % l'année précédente) malgré les conditions difficiles du marché. Par rapport au premier trimestre 2009, les rendements EBITDA restent stables.

L'excédent du groupe s'est élevé à 267,3 millions d'euros au cours du 1^{er} trimestre et a été influencé par des facteurs non opérationnels tout comme l'année précédente. Le bénéfice de 210,3 millions d'euros, généré par la vente de participations à plusieurs journaux régionaux, a contribué à l'excédent du groupe. La valeur de 526,2 millions d'euros de l'année précédente tenait compte du bénéfice de 438,3 millions d'euros occasionné par la vente de la part destinée à ProSiebenSat.1 Media AG. Corrigé des principaux risques non opérationnels, l'excédent du groupe a atteint, au premier semestre, 77,5 millions contre 112,9 millions d'euros l'année précédente. Le résultat par action s'est élevé à 8,84 euros (contre 16,96 euros l'année précédente) et le résultat ajusté par action à 2,61 euros (contre 3,80 euros l'année précédente).

Le Président d'Axel Springer AG, Dr. Mathias Döpfner, a déclaré : « Comme nous l'avions prévu, Axel Springer n'a pas pu échapper aux conséquences de la conjoncture globale en forte baisse dans le secteur publicitaire. Cependant, nous avons su réagir rapidement et de façon efficace en réduisant considérablement les coûts. Nous avons ainsi pu maintenir les rendements EBITDA au niveau élevé de 13 %. La marge bénéficiaire toujours constante par rapport au premier trimestre prouve que notre modèle commercial cross-média est également très stable en période de crise. Notre excellente santé financière nous laisse une marge de manœuvre suffisante pour prévoir des acquisitions telles que la récente prise de participation au capital de Digital Window. Nous souhaitons et nous allons continuer à tirer le meilleur parti des possibilités anti-cycliques qui s'offrent dans notre stratégie de conversion au numérique. »

M. Döpfner a ajouté : « Nous ne voyons actuellement encore aucun signe de reprise pour nos principaux marchés. Jusqu'à présent, nous avons profité de la crise, entre autres, pour réaliser un apurement très sélectif de notre portefeuille et nous nous sommes concentrés davantage sur nos fortes marques de presse et en ligne. Les investissements dans la publicité pour nos propres offres en font également partie afin de gagner des parts de marché, même pendant les périodes difficiles. »

Page 3 du communiqué de presse

6 août 2009

Secteurs : tous les secteurs restent rentables - Rendements à deux chiffres pour les journaux et les magazines nationaux

Le secteur des **Journaux nationaux** est resté très rentable malgré les répercussions de la crise et a assuré la plus grande part du résultat du groupe. Le chiffre d'affaires de ce secteur avec 590,6 millions d'euros au premier semestre enregistre une baisse de 5,8 % par rapport à l'année précédente (627 millions d'euros). Suite aux augmentations du prix du numéro intervenues en particulier pour BILD et BILD am SONNTAG en mai 2008, les recettes des ventes sont restées positives avec une légère augmentation de 1,5 % pour atteindre 307,2 millions d'euros (contre 302,6 millions l'année précédente). Les recettes publicitaires ont baissé de 13,8 % pour atteindre 269,4 millions d'euros (contre 312,6 millions d'euros l'année précédente). BILD qui représente le journal le plus diffusé d'Axel Springer a su s'affirmer dans la crise que subit le secteur publicitaire. L'EBITDA de ce secteur s'élève à 129,5 millions d'euros contre 159,5 millions d'euros pour la même période de l'année précédente. Avec des rendements EBITDA de 21,9 % (contre 25,4 % l'année précédente), les journaux nationaux sont restés très rentables compte tenu de la morosité du marché.

Le secteur des **Magazines nationaux** a enregistré des ventes et des recettes en baisse au premier semestre. Les diminutions du deuxième trimestre ont toutes été plus modérées que celles du premier trimestre 2009. Le chiffre d'affaires de ce secteur avec 263,3 millions d'euros au premier semestre enregistre une baisse de 8,4 % par rapport à l'année précédente (287,4 millions d'euros). Les recettes des ventes ont perdu 3 % avec 180,8 millions d'euros (contre 186,3 millions d'euros l'année précédente) et elles ont été relativement stables au deuxième trimestre. Les magazines ont enregistré des pertes considérables au niveau des recettes publicitaires. Celles-ci sont passées de 93,6 millions d'euros à 72,9 millions avec une réduction de 22,1 %. Au premier semestre, l'EBITDA de ce secteur s'est élevé à 31,8 millions d'euros contre 51,0 millions d'euros l'année précédente. Avec un pourcentage de 12,1 %, les magazines nationaux ont ainsi conservé un rendement EBITDA à deux chiffres (contre 17,8 % l'année précédente). Par rapport au premier trimestre de l'exercice en cours, le rendement EBITDA de ce secteur est passé de 3,4 à 13,7 %.

Dans le secteur de la presse internationale, les conséquences parfois profondes de la crise économique ont pesé sur l'évolution du chiffre d'affaires et du rendement. Les conditions de marché, en particulier sur ceux d'Europe de l'Est et d'Espagne se sont avérées difficiles, tandis que le marché en Suisse et en France est resté relativement stable. Après une légère perte au premier trimestre 2009, le secteur **Print International** a repassé le seuil de rentabilité grâce à une forte baisse des coûts affichant un rendement EBITDA de 5,7 % au deuxième trimestre. Au premier semestre, le chiffre d'affaires de ce secteur a enregistré une baisse de 27,1 % pour atteindre 151,6 millions d'euros (contre 207,9 millions d'euros l'année précédente). Hors effets de change, le chiffre d'affaires du secteur a diminué de 17,8 %. Les recettes des ventes ont enregistré une baisse de 15 % pour atteindre 92,5 millions d'euros (contre 108,8 millions d'euros l'année précédente). Hors effets de change, le recul n'est que de 5,2 %.

Page 4 du communiqué de presse

6 août 2009

Les recettes publicitaires ont enregistré une baisse de 40,1 % (hors effets de change : 31,8 %). Elles se sont élevées à 53,9 millions d'euros contre 90 millions d'euros pour la même période de l'année précédente. Les nombreuses mesures de réduction des coûts mises en œuvre dans les filiales nationales ont permis en grande partie d'obtenir un EBITDA positif malgré une baisse considérable du chiffre d'affaires à 2,1 millions d'euros (contre 10,4 millions d'euros l'année précédente).

Le secteur des **Médias numériques** a présenté une évolution très positive avec une forte croissance des ventes et une nette amélioration du résultat au cours du premier semestre. Ce secteur s'est ainsi placé, pour la première fois, en troisième position après les secteurs Journaux et Magazines, devant le secteur de la presse internationale. En particulier, le marché des annonceurs en ligne et les activités dans le domaine du marketing en ligne basé sur la performance ont joué un rôle décisif dans cette évolution. En ce qui concerne les portails en ligne et mobiles liés aux marques de presse et aux contenus, la croissance des recettes publicitaires s'est un peu atténuée au cours du deuxième trimestre. Globalement, le chiffre d'affaires de ce secteur a augmenté de 17,1 % au premier semestre pour atteindre 200,8 millions d'euros (contre 171,5 millions d'euros l'année précédente) et a contribué à 16 % du chiffre d'affaires du groupe (contre 12,8 % l'année précédente). Les médias numériques ont augmenté leurs recettes publicitaires de 15,1 % pour atteindre 145,4 millions d'euros (contre 126,3 millions d'euros l'année précédente). L'augmentation est d'autant plus marquée pour les autres recettes avec 22,8 %, soit 55,5 millions d'euros (contre 45,2 millions d'euros l'année précédente). Le secteur a permis d'augmenter l'EBITDA de 6 millions d'euros à 16,9 millions d'euros (ce qui représente plus du double) et il atteint un rendement EBITDA de 8,4 % au premier semestre.

Au cours des six premiers mois, le secteur **Services/Holding** a enregistré un chiffre d'affaires de 48,5 millions d'euros (contre 49,4 millions d'euros l'année précédente) avec un EBITDA de -18 millions d'euros (contre -13,1 millions d'euros l'année précédente).

Situation financière : cash-flow opérationnel fort - Nouvelle réduction de l'endettement net

Axel Springer a nettement amélioré le cash-flow d'exploitation au cours du premier semestre qui a atteint 115,8 millions d'euros (contre 92,6 millions d'euros l'année précédente). Le bénéfice généré par la vente de participations à plusieurs journaux régionaux a largement contribué au cash-flow d'investissements qui s'est élevé à 146,3 millions d'euros. La valeur de l'année précédente qui était de 400,5 millions d'euros a essentiellement été influencée par l'importante entrée de trésorerie relative à la transaction avec ProSiebenSat.1.

Au 30 juin 2009, le groupe a réduit ses dettes financières de 524 millions à 393,6 millions d'euros et l'endettement net de 369,5 millions à 236,1 millions d'euros. À la fin du premier semestre, les liquidités s'élevaient à 157,5 millions d'euros (au 31.12.2008 : 154,5 millions d'euros). En outre, Axel Springer dispose d'un ratio de fonds propres important s'élevant à 42,7 % (au 31.12.2008 : 38 %).

Page 5 du communiqué de presse

6 août 2009

Contact presse :

Edda Fels

Tél. : + 49 (0) 30 25 91-7 76 00

edda.fels@axelspringer.de

Ce dossier de presse, les chiffres du groupe et le rapport financier semestriel peuvent être consultés, en allemand ou en anglais, à l'adresse suivante : www.axelspringer.de/hl.

CHIFFRES DU GROUPE			
En millions d'euros	S1 2009	S1 2008	Évolution
Ventes	1 254,8	1 343,1	-6,6 %
Journaux nationaux	590,6	627,0	-5,8 %
Magazines nationaux	263,3	287,4	-8,4 %
Print International	151,6	207,9	-27,1 %
Médias numériques	200,8	171,5	17,1 %
Services/Holding	48,5	49,4	-1,8 %
EBITDA ¹⁾	162,3	213,9	-24,1 %
Rendements EBITDA ¹⁾	12,9 %	15,9 %	
EBIT ¹⁾	128,8	183,0	-29,6 %
Excédent/déficit du groupe	267,3	526,2	-49,2 %
Excédent du groupe, corrigé ²⁾	77,5	112,9	-31,4 %
Total du bilan ³⁾	2 815,0	2 809,1	0,2 %
Fonds propres ³⁾	1 201,5	1 067,7	12,5 %
Ratio de fonds propres ³⁾	42,7 %	38,0 %	-
Cash-flow d'exploitation	115,8	92,6	25,0 %

Endettement net ³⁾	-236,1	-369,5	-
Résultat par action (ajusté, en EUR)	8,84	16,96	-47,9 %
Résultat par action ,corrigé (ajusté, en EUR) ²⁾	2,61	3,80	-31,3 %
Cours de clôture (en EUR)	70,50	68,68	2,6 %
Nombre d'employés (moyenne)	10 749	10 639	1,0 %

Page 6 du communiqué de presse

6 août 2009

1) Hors effets exceptionnels et des effets liés aux allocations du prix d'acquisition.

2) Hors effets exceptionnels essentiels non opérationnels.

3) Aux 30 juin 2009 et 31 décembre 2008. Les valeurs au 31 décembre 2008 ont été adaptées aux effets du changement du bilan de régime de retraite.