

11 mai 2010

## **Axel Springer atteint un record historique de l'EBITDA au premier trimestre La reprise du marché de la publicité se poursuit au deuxième trimestre**

*EBITDA de 119,2 millions d'euros / Amélioration de la profitabilité dans tous les segments opérationnels / Augmentation du chiffre d'affaires du groupe de 7% / Forte croissance des médias numériques*

Axel Springer a commencé l'exercice 2010 avec succès par un résultat trimestriel record et une forte augmentation de son chiffre d'affaires. La reprise du marché publicitaire, en particulier au mois de mars, le contrôle des coûts et les effets positifs des mesures de restructuration ont conduit à une amélioration sensible de la profitabilité dans tous les segments opérationnels. Le groupe a profité en outre de la croissance dynamique et continue des médias numériques dont le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 50% et qui ont fourni la deuxième plus grosse contribution au chiffre d'affaires après les journaux nationaux. La consolidation pour la première fois d'acquisitions nouvelles y a également contribué.

Au premier trimestre, ainsi que cela a été annoncé dès le 20 avril, le groupe a augmenté de 48,4% le résultat d'exploitation avant impôts, intérêts et amortissement (EBITDA) pour atteindre 119,2 millions d'euros (exercice précédent : 80,3 millions d'euros). Le taux d'EBITDA est passé de 13% au premier trimestre de l'exercice précédent à 18%. Le chiffre d'affaires du groupe a progressé de 7% à 663,7 millions d'euros (exercice précédent : 620 millions d'euros). Grâce à la croissance des médias numériques, Axel Springer a réussi à compenser, et au-delà, le recul des recettes dans les segments du print.

Les journaux nationaux ont sensiblement amélioré leur profitabilité avec des recettes publicitaires en légère hausse et malgré des recettes de diffusion en baisse. Les magazines nationaux ont atteint un taux d'EBITDA record, bien que ce secteur ait été encore pénalisé par une conjoncture publicitaire défavorable. Les mesures de réduction des coûts mises en place durant l'exercice précédent ont eu un effet positif sur la rentabilité des journaux et magazines internationaux qui ont pu augmenter leur taux d'EBITDA malgré des recettes en léger recul. Les médias numériques ont profité autant de la consolidation des sociétés nouvellement acquises StepStone, Digital Window et Perfiliate (buy.at) que de l'augmentation des recettes des portails de contenus et autres offres on line.

1/6

---

11 mai 2010

Selon Dr. Mathias Döpfner, président du directoire de Axel Springer AG, « Axel Springer a atteint un nouveau record pour le résultat d'un premier trimestre et revu à la hausse ses prévisions pour l'ensemble de l'exercice. Cela prouve que le passage au monde numérique offre beaucoup plus de chances que de risques. Les marges bénéficiaires très élevées des journaux et magazines montrent qu'il est faux de prévoir le déclin du secteur du print ».

Toujours selon M. Döpfner, « la reprise du marché publicitaire pour les journaux et magazines allemands semble se poursuivre au deuxième trimestre. On peut espérer avoir passé le creux de la vague ».

Dans ce contexte où l'évolution des affaires du premier trimestre se situe au-delà des attentes et où l'estimation du marché publicitaire est meilleure, le directoire de Axel Springer AG a relevé au 20 avril 2010 ses prévisions pour l'ensemble de l'exercice. Le groupe escompte, pour 2010, une augmentation sensible de son chiffre d'affaires. Le directoire s'attend en outre à ce que l'augmentation prévue jusqu'à présent d'environ 10% de l'EBITDA du groupe soit nettement dépassée.

#### *Augmentation des recettes publicitaires – Recul des recettes de diffusion*

Au premier trimestre, Axel Springer a enregistré des recettes de diffusion s'élevant à 278,3 millions d'euros (exercice précédent : 289 millions d'euros). Les apurements de portefeuilles réalisés durant l'exercice précédent pour les magazines féminins et pour la jeunesse, entre autres, ont eu des répercussions. Par ailleurs, les effets des augmentations des prix de vente imposées en 2008 se sont fait sentir. Les recettes publicitaires en nette augmentation de 12,3%, se sont élevées à 299 millions d'euros (exercice précédent : 266,1 millions d'euros). Une part importante de cette croissance revient aux médias numériques qui ont pu augmenter leurs recettes publicitaires, aussi bien du fait de la première consolidation de sociétés nouvellement acquises que pour des raisons organiques. Pour le print, le recul des recettes publicitaires a été en outre sensiblement plus faible qu'au cours des trimestres de l'exercice précédent. Les journaux nationaux ont même connu une légère augmentation. Le groupe a enregistré en outre une forte croissance des autres recettes qui ont progressé de 33,1% à 86,4 millions d'euros (exercice précédent : 64,9 millions d'euros). Cette augmentation est due principalement aux effets de consolidation du fait de l'acquisition de StepStone.

L'expansion internationale menée dans le secteur numérique avec plusieurs acquisitions s'est aussi traduite par une augmentation des recettes à l'étranger. Par ailleurs, le chiffre d'affaires s'est stabilisé dans le secteur du print international. Les recettes à l'étranger ont augmenté en conséquence de 31,1% au premier trimestre pour atteindre 157,8 millions

d'euros. Axel Springer a ainsi réalisé 23,8% du chiffre d'affaires du groupe sur les marchés internationaux.

Au premier trimestre, le résultat net du groupe s'est élevé à 62,3 millions d'euros. Le chiffre de l'exercice précédent qui était de 213 millions d'euros était affecté par des faits exceptionnels et significatifs et intégrait un profit résultant de la cession de participations dans des journaux régionaux à hauteur de 201,9 millions d'euros. Par suite de ces effets résultant de l'exercice précédent, le résultat par action se situait, avec 2,03 euros, au-dessous de la valeur de l'exercice précédent de 7,09 euros. Le résultat net du groupe, retraité des principaux effets non opérationnels, s'élevait à 62 millions d'euros (exercice précédent : 34,9 millions d'euros) et le résultat par action à 2,07 euros (exercice précédent : 1,17 euros).

*Segments : amélioration sensible de la profitabilité dans tous les segments opérationnels:*

Les **journaux nationaux** ont pu pratiquement compenser un recul des recettes de diffusion par une augmentation des recettes publicitaires et accroître fortement l'EBITDA. Ce sont essentiellement BILD et BILD am SONNTAG qui ont contribué à l'augmentation de 0,9% des recettes publicitaires portées à 132,7 millions d'euros (exercice précédent : 131,5 millions d'euros). Comme les charges conjoncturelles sur le marché de la diffusion ont eu des répercussions directes sur le chiffre d'affaires pour des prix de vente en majeure partie constants, les recettes de diffusion du secteur ont été réduites de 2,8% à 149,6 millions d'euros (exercice précédent : 153,9 millions d'euros). Dans l'ensemble, les journaux allemands ont réalisé un chiffre d'affaires de 289,4 millions d'euros (exercice précédent : 292,4 millions d'euros). Malgré cette stabilité relative du chiffre d'affaires, le segment a augmenté sensiblement l'EBITDA de 19,7% à 77,6 millions d'euros (exercice précédent : 64,8 millions d'euros). Les mesures mises en œuvre en 2009 pour augmenter la rentabilité et réduire les coûts ont eu des effets positifs. Le taux d'EBITDA, passé de 22,2% à 26,8%, se situe ainsi juste au-dessous de la valeur maximale atteinte jusqu'à présent.

Les **médias numériques** ont occupé pour la première fois, au premier trimestre 2010, la deuxième place dans le chiffre d'affaires du groupe avec 160 millions d'euros (exercice précédent : 104,7 millions d'euros). La consolidation pour la première fois de StepStone, Digital Window et Perfiliate (buy.at) y a fortement contribué. La croissance organique des activités numériques s'est en outre accrue (plus 8,4%), surtout grâce aux augmentations des recettes des portails de contenus, de idealo, ainsi que de gamigo. Le segment a augmenté les recettes publicitaires de 47,3% à 113,5 millions d'euros (exercice précédent : 77,1 millions d'euros) et les autres recettes de 68,7% à 46,5 millions d'euros (exercice précédent : 27,6 millions d'euros). L'EBITDA s'est nettement amélioré également en passant de 6,8 millions d'euros à 13,3 millions d'euros.

Le segment **Magazines nationaux** a connu, malgré des recettes en baisse dans un environnement toujours difficile, une augmentation sensible de ses résultats et un nouveau chiffre record du taux d'EBITDA. Le chiffre d'affaires des magazines nationaux a reculé de 6,1% à 119,2 millions d'euros (exercice précédent : 126,9 millions d'euros). Cette baisse du chiffre d'affaires est à imputer pour environ la moitié à des effets de déconsolidation des titres féminins et pour la jeunesse cédés durant l'exercice précédent. Les recettes de diffusion du segment se sont élevées à 82,9 millions d'euros (exercice précédent : 89,1 millions d'euros), les recettes publicitaires ont atteint seulement 30,4 millions d'euros (exercice précédent : 33,2 millions d'euros). Grâce aux mesures mises en place durant l'exercice précédent pour améliorer la rentabilité et réduire les coûts, les magazines nationaux ont pu presque doubler l'EBITDA malgré le recul du chiffre d'affaires. Il a augmenté de 92,8% passant de 13,1 millions à 25,2 millions d'euros. Le taux d'EBITDA a atteint, avec 21,1%, un nouveau record.

Dans le domaine du **print international**, Axel Springer a maintenu ses chiffres d'affaires et amélioré sensiblement la rentabilité au premier trimestre. Le chiffre d'affaires des journaux et magazines internationaux, avec 71,6 millions d'euros, s'est situé à peu près au niveau du trimestre de l'exercice précédent (72,4 millions d'euros). Les recettes de diffusion se sont élevées à 45,8 millions d'euros (exercice précédent : 46 millions d'euros) et ont profité d'une amélioration sur tous les marchés étrangers à l'exception de la Pologne, de l'Espagne et de la République Tchèque. Les recettes publicitaires ont enregistré une baisse, passant de 24,3 millions d'euros à 22,3 millions d'euros. Après une perte opérationnelle de -2,4 millions d'euros au premier trimestre de l'exercice précédent, le secteur a atteint, dans la période du rapport, un EBITDA 5,4 millions d'euros et un taux d'EBITDA de 7,5%. Grâce à une politique rigoureuse des coûts, toutes les filiales du Groupe en Allemagne ont dépassé les résultats de l'exercice précédent.

Le segment **Services/Holding** a maintenu le niveau de son chiffre d'affaires qui s'élève à 23,4 millions d'euros (exercice précédent : 23,5 millions d'euros). L'EBITDA s'est élevé à -2,2 millions d'euros contre -1,9 million d'euros pour l'exercice précédent.

*Rentabilité : augmentation de la part de fonds propres à 42,3 %*

Le cashflow opérationnel a diminué, par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent, de 48,1 millions d'euros à 29,1 millions d'euros. La cause principale en a été le développement du working capital (exercice précédent : diminution du working capital), ainsi que des impôts sur les bénéfices plus élevés. Pour des engagements financiers pratiquement inchangés d'un montant de 393 millions d'euros, l'endettement net est resté constant à 193 millions d'euros. Le montant des espèces a légèrement progressé en passant de 197,3 millions d'euros à 200 millions d'euros au 31 mars 2010. La part des fonds propres est passée de 40,8 à 42,3%. Les effectifs ont augmenté, surtout en raison des sociétés intégrées pour la première fois, de 615 à 11.267.

**Contact Presse :**

**Edda Fels**

**Tel: + 49 (0) 30 25 91-7 76 00**

[edda.fels@axelspringer.de](mailto:edda.fels@axelspringer.de)

11 mai 2010

Ce communiqué de presse (disponible aussi en anglais), les chiffres du groupe, ainsi que le rapport trimestriel complet, peuvent être consultés sur le site [www.axelspringer.de/q1](http://www.axelspringer.de/q1).

<b>CHIFFRES DU GROUPE</b>			
en millions d'euros	1er trimestre 2010	1er trimestre 2009	Variation par rapport à l'exercice précédent
<b>Recettes totales</b>	<b>663,7</b>	<b>620</b>	<b>7 %</b>
Journaux nationaux	289,4	292,4	- 1%
Magazines nationaux	119,2	126,9	- 6,1%
Print international	71,6	72,4	- 1,2%
Médias numériques	160	104,7	52,9%
Services/holding	23,4	23,5	- 0,5%
Recettes à l'étranger	157,8	120,4	31,1%
<i>Part des recettes à l'étranger sur les recettes totales</i>	<i>23,8%</i>	<i>19,4%</i>	
Recettes proforma médias numériques	168,6	155,6	8,4%
<i>Part des recettes médias numériques sur les recettes totales (proforma)</i>	<i>25,1%</i>	<i>23,2%</i>	
<sup>1)</sup> <b>EBITDA</b>	119,2	80,3	48,4%
<i>Taux d'EBITDA<sup>1)</sup></i>	<i>18%</i>	<i>13%</i>	
Résultat net du groupe	62,3	213,0	- 70,8%
Résultat net, retraité <sup>2)</sup>	62,0	34,9	77,4%
Total du bilan <sup>3)</sup>	2.992,1	2.934,3	2%
Fonds propres <sup>3)</sup>	1.264,9	1.196,8	5,7%
Part de fonds propres <sup>3)</sup>	42,3%	40,8%	
Cashflow disponible	17,7	40,3	-56,2%
Endettement net <sup>3)</sup>	- 193,0	- 193,0	-
Résultat par action (en €) <sup>4)</sup>	2,03	7,09	-71,4%
<sup>4)</sup> Résultat par action retraité (en €) <sup>2)</sup>	2,07	1,17	76,9%
Dernier cours (en €)	85,61	51,36	66,7%
Effectif (en moyenne)	11.267	10.652	5,8%

---

11 mai 2010

<sup>1)</sup>

<sup>2)</sup> Retraité des charges exceptionnelles et charges des allocations de prix d'acquisition.

<sup>3)</sup> Retraité des principales charges non opérationnelles.

<sup>4)</sup> Au 31 mars 2010 respectivement 31 décembre 2009.

Dilué. La valeur de l'exercice précédent du résultat retraité par action a été déterminée sur la base de la moyenne pondérée des actions émises pendant la période du rapport.