COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Clichy, jeudi 31 octobre 2013

Groupe Sporever
Résultat semestriels 2013

Cette année 2013, annoncée comme une année de consolidation, se traduit par des résultats contrastés au premier semestre 2013. La qualité de nos produits, que ce soit en marque propre sur nos sites et notre chaine TV ou sur nos productions BtoB, est unanimement reconnue et nos outils et nos équipes nous permettent de répondre aux attentes de nos internautes, nos téléspectateurs et nos clients.

Malgré tous ces efforts, les résultats se contractent, aussi bien au niveau du chiffre d'affaires que du résultat opérationnel.

Les effets de la crise sur les budgets publicité et communication des marques ont en effet accentué l'impact mécanique lié à l'arrêt de la production des chaines Orange Sport et Orange Sport Info au début du second semestre 2012.

Faits marquants du premier semestre 2013

L'environnement économique général constitue le fait marquant de ce premier semestre 2013. La diminution très nette des budgets médias des marques et la lenteur des process de décision d'investissement ont impacté nos recettes publicitaires et ont pénalisé notre business BtoB.

A cela s'ajoute une année « impaire » sans événement sportif de grande ampleur incitant souvent les marques à reporter leurs actions de communication en 2014 (Jeux Olympiques à Sotchi et Mondial de football au Brésil)

Dans ce contexte morose, le Groupe a su montrer sa capacité à éditer et produire des contenus et des programmes d'excellente qualité, tout en maitrisant au maximum ses coûts fixes et variables. Néanmoins les résultats chiffrés restent en deçà de nos prévisions.

Perspectives pour l'année 2013

Dans ce contexte difficile, le Groupe a poursuivi ses efforts de transition et d'adaptation à la nouvelle donne économique et concurrentielle en mettant en place des mesures spécifiques pour réaliser des économies complémentaires.

Au second semestre 2013, le Groupe se concentrera sur trois priorités :

- Lancer la nouvelle saison de sport365 avec une grille éditoriale plus que jamais centrée sur les enjeux du sport, une thématique qui séduit les diffuseurs qui nous font confiance (Orange, CanalSat, SFR, Numéricable, Free, Bouygues Télécom), mais aussi les téléspectateurs (les premières audiences de notre chaine d'information sportive seulement quelques mois après son lancement étaient déjà de + de 2,2 millions de téléspectateurs - Source Médiamétrie). Il s'agit désormais d'optimiser la monétisation des écrans publicitaires et des partenariats ;

- Produire de nouveaux contenus premium pour de grandes marques. Les récents contrats signés avec l'UNESCO, Coca-Cola ou Nintendo montrent que le Groupe a un vrai rôle à jouer sur ce marché haut de gamme ;

- Poursuivre ses efforts sur la maitrise de ses coûts comme cela a été fait dès 2012.

Retrouvez toute l'actualité du Groupe sur ***http://www.media365.fr/***
Créé en 2000 par Patrick Chêne, le Groupe Sporever se positionne comme un acteur majeur de la production et de l'édition de contenus pour le web, le mobile et la télévision.
Media365, la marque du groupe, vise à répondre aux besoins du nouveau consommateur de media, quel que soit le lieu où il se trouve.
Media365 exploite le leader du football sur Internet, Football365.fr, le portail multisports de référence Sport365.fr et les sites Sportweek.
Groupe Sporever est coté sur le Marché Alternext de la Bourse de Paris depuis juillet 2005. En 2012, le chiffre d'affaires s'est élevé à 13,4M€.
Groupe Sporever - code Isin FR001021321

Contacts :
Caroline CHAMPENOIS
contact@media365.fr
Tel. : 01.49.11.64.00