



## CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2006 : **12.09 M€**

Cyber Press Publishing, groupe de presse indépendant spécialisé dans le domaine des loisirs, annonce un chiffre d'affaires au 1er semestre 2006 de 12.09 M€, contre 14.29 M€ au premier semestre de l'année 2005, soit un recul de 15 %.

Néanmoins, le chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2006 progresse de 21% par rapport au premier trimestre de la même année, à comparer aux 12 % de progression du second trimestre 2005 sur le premier trimestre 2005.

La décomposition du chiffre d'affaires permet de faire ressortir les éléments suivants :

M€	2006	2005
Chiffre d'affaires social :		
<i>Premier trimestre</i>	<i>5,46</i>	<i>6,74</i>
<i>Deuxième trimestre</i>	<i>6.63</i>	<i>7.55</i>
<b>Premier semestre</b>	<b>12.09</b>	<b>14.29</b>
Dont :		
Activité Presse	12.05	14.15
Autres Activités	0,04	0.14

*Données comptables non auditées issues des services financiers de Cyber Press Publishing.*

Le recul du chiffre d'affaires par rapport au premier semestre 2005 s'explique essentiellement par la décision d'abandonner certains titres non rentables, et par le contexte difficile de la presse magazine, tant en termes de ventes en kiosques, d'abonnement et de revenus publicitaires.

### ⇒ Arrêt volontaire de certains titres non rentables

Au premier semestre 2006 et dans le cadre de sa stratégie de recentrage sur ses magazines les plus rentables, Cyber Press Publishing a édité 117 parutions contre 129 au premier semestre 2005 soit 12 parutions de moins à périmètre comparable (onze magazines supprimés et une édition reportée de juin à juillet 2006).

« La stratégie de recentrage sur nos publications rentables nous conduit à supprimer les parutions et hors-séries ne générant pas de marge opérationnelle positive et entraîne une baisse du chiffre d'affaires de diffusion que je qualifierai de « choisie » » indique Marc Andersen, Président-directeur général de Cyber Press Publishing.

#### ⇒ Erosion des ventes en kiosques

Selon des sources NMPP, l'ensemble de la presse en France a enregistré un net recul en cumulé sur les premiers mois de l'année 2006, avec une grande disparité selon les lectorats.

Ainsi, la presse adolescente chute de 33.67 %, tandis que les masculins et assimilés voient leurs diffusions baisser de près de 25%. La presse arts et culture chute également de 9.45 % et la presse jeunesse accuse, quant à elle, un retard de 4.13 %.

Les magazines du groupe Cyber Press Publishing ne sont pas épargnés ; ils sont en retrait de 13% par rapport au premier semestre 2005.

#### ⇒ Recul du chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire recule de 16% au premier semestre 2006, tous magazines confondus, en comparaison au premier semestre 2005.

Cependant, et bien que le manque d'appétit publicitaire des annonceurs presse soit avéré en France, les magazines des Pôles Cinéma et Musique de Cyber Press Publishing résistent mieux que leurs confrères.

Ainsi peut-on noter à la fin du premier semestre 2006 une baisse de 12% du chiffre d'affaires global du marché publicitaire de la presse cinéma en France. Néanmoins, Ciné Live - N°2 en termes de diffusion (108 824 exemplaires/OJD 2 005) - conserve son leadership en poids publicitaire avec 42% de part de marché, et ce pour la 3ème année consécutive.

De même, le Pôle Musique de Cyber Press Publishing conserve à lui seul 41% de part de marché publicitaire de l'univers Musique sur la même période, avec plus de 540 pages de publicité commercialisées.

## Perspectives

Dans un contexte de morosité des marchés, Cyber Press Publishing continue de mettre tout en œuvre pour retrouver une exploitation à l'équilibre et entend poursuivre ses efforts de rationalisation, notamment par la réduction de ses frais généraux.



[www.monkiosque.fr](http://www.monkiosque.fr), premier point de vente presse numérique on line ouvert en juin dernier par Cyber Press Publishing, séduit déjà d'autres groupes de presse qui y proposeraient la vente de leurs magazines en version digitale.

Fort de ce développement dynamique, Cyber Press Publishing poursuit son avance technologique et met en place de nouvelles possibilités de commercialisation d'espaces publicitaire autour de ses magazines numériques et prépare en parallèle des projets de développement communautaire sur le Net, notamment autour du marché du cinéma, du DVD et de la musique, où l'éditeur a acquis une grande expertise.

Pour lui donner les moyens de sa croissance et de son développement qui passera obligatoirement par l'Internet, l'Assemblée Générale du 30 juin dernier a autorisé le Conseil d'Administration à procéder à une prochaine augmentation de capital.

« *Nous travaillons actuellement à ce projet, afin de poursuivre dans les meilleures conditions le développement de Cyber Press Publishing* » indique Marc Andersen, Président-directeur général de Cyber Press Publishing.

### À propos de Cyber Press Publishing

*Créé en 1996, Cyber Press Publishing est un groupe de presse spécialisé dans le domaine des loisirs, qui couvre les centres d'intérêt des 3-35 ans.*

*Premier groupe de presse indépendant dans le domaine des loisirs en France, Cyber Press Publishing occupe une position majeure dans la publication de magazines destinés à un public d'adolescents et de jeunes adultes.*

*Il est devenu un acteur majeur de la presse magazine jeunesse, cinéma et musique et fait désormais référence avec ses 30 publications et des marques fortes comme Ciné Live, Kids' Mania, Scooby-Doo!, Bugs Bunny Mag, Tweety Girls, Groove, Rock Sound, Trax, Rolling Stone, Hard N Heavy, etc.*

Code ISIN : FR0000065922 - [www.cyberpress-publishing.com](http://www.cyberpress-publishing.com)

CYBER PRESS PUBLISHING  
Isabelle Weill  
[iweill@loisir.net](mailto:iweill@loisir.net)  
01 41 06 44 45

ACTUS  
Nicole Roffé / Relations Analystes-Investisseurs  
[nroffe@actus.fr](mailto:nroffe@actus.fr)  
01 53 67 36 75