

AVIS DES SOCIÉTÉS

INDICATEURS D'ACTIVITÉ TRIMESTRIELS

MAGHREB INTERNATIONAL PUBLICITE « MIP »

Siège social : Rue de l'énergie solaire, impasse n°5 -2035, Z.I Charguia I- Tunis

La société MIP, publie ci-dessous ses indicateurs d'activité relatifs au 1^{er} trimestre 2016 :

Rubriques	Premier trimestre		De Janvier à Mars		Variation		31/12/2015 ***
	2016	2015	2016	2015	En TND	%	
Produit d'Exploitation (1)	1 049 209	1 821 705	1 049 209	1 821 705	- 772 496	-42,41%	7 092 873
Affichage urbain	944 678	1 694 070	944 678	1 694 070	- 749 392	-44,24%	6 465 796
Ventes d'espaces web	-	-	-	-	-		-
Affichage dynamique	-	-	-	-	-		-
Autres revenus	104 531	127 635	104 531	127 635	- 23 104	-18,10%	627 078
Produits financiers	19 507	23 578	19 507	23 578	-4 071	-17,27%	97 681
Charges financières	93 380	122 243	93 380	122 243	-28 863	-23,61%	563 930
Charges d'Exploitation **(2)	1 414 718	1 772 204	1 414 718	1 772 204	-357 486	-20,17%	6 954 709
Charges de personnel	268 223	323 009	268 223	323 009	-54 786	-16,96%	1 409 854
Charges d'exploitation autres que les charges de personnel	1 146 495	1 449 195	1 146 495	1 449 195	-302 700	-20,89%	5 544 855
Marge d'EBITDA (1)-(2)/(1)	-34,84%	2,72%	-34,84%	2,72%	-37,55%		1,95%

(*)L'activité affichage dynamique a été transférée à partir du 01/04/2014 à la filiale DIGIDIS (CA T1 2016 est de 144 356 TND)

(**) Les charges d'exploitation n'incluent pas les dotations aux amortissements et aux provisions

(***) Les chiffres arrêtés au 31/12/2015 ont été audités par le commissaire aux comptes

❖ FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE 2016 :

Malgré une hausse des investissements publicitaires de tous les secteurs médias, l'affichage urbain a connu une régression lourde de l'ordre de 20%. Le marché a été tiré vers le bas à cause de :

- L'introduction de plusieurs nouvelles petites structures
- L'implantation anarchique et informelle de nouveaux supports publicitaires augmentant ainsi l'offre nationale d'espace publicitaire
Cette situation a conduit à une baisse significative des prix de vente de l'ordre de 200% et 300%.
- Comme expliqué lors des communications financières précédentes et dans l'état actuel des choses, le paysage urbain connaît une pollution visuelle qui a poussé l'observatoire des travaux municipaux et de la planification urbaine en 2015 à tirer la sonnette d'alarme et à demander aux institutions de tutelle à intervenir rapidement afin de réguler le paysage médiatique et urbain et surtout assainir le marché d'intervenants hors la loi.

- Par ailleurs, les pourparlers engagés pour le rachat des actions détenues par la famille cheriha, a également été un frein aux décisions stratégiques, d'autant plus que la complexité des démarches liées à cette acquisition ont conduit à l'émergence de rumeurs sur le marché amenant certains annonceurs à un attentisme en vue de voir clair par rapport à la situation du groupe. Certains contrats annuels ont été suspendus.

❖ COMMENTAIRE DES INDICATEURS:

▪ **Produits d'exploitation :**

Les produits d'exploitation de la société MIP sont passés de **1 821 705 dinars** au 31 mars 2015 à **1 049 209 dinars** au 31 mars 2015 enregistrant une baisse de **42,41%** se détaillant essentiellement comme suit:

- Pour l'affichage urbain : Au 31 Mars 2016, le chiffre d'affaires pour cette catégorie a connu une **baisse de 44,24%** par rapport au chiffre d'affaire de la même période de l'exercice 2015,
- Pour l'affichage dynamique : L'activité de vente de solutions et médias numériques est transférée à partir du 01/04/2014 exclusivement à la filiale DIGIDIS récemment détenue à 99% par la société MIP. Le volume des ventes des Solutions Media Numérique totalise un montant de 144 356 TND au 31/03/2016 dans les comptes de la société DIGIDIS.

▪ **Marge d'EBITDA:**

Pour le premier trimestre 2016, la marge d'EBITDA est de -34,84% contre 2,72% pour le premier trimestre 2015 soit une dépréciation nette de 37,55%.

▪ **Réalisation 2016:**

La principale réalisation pour cette année 2016 est la concrétisation de la vente des parts de la famille Cheriha détentrice de 66% des actions composant le capital de MIP par la signature de l'accord définitif de cession en date du 25 avril 2016 faisant suite à la lettre engageante signée en janvier 2016.

Ce contrat de cession a été signé avec un consortium tuniso-libanais de référence (groupe Pikasso Lawhat) qui communiquera sa stratégie et sa vision globale dans les jours qui suivent la finalisation de la transaction.

Le groupe de référence est déjà présent sur 5 pays et bénéficie d'une expérience reconnue et notable de 30 ans dans le domaine de la publicité extérieure.