

PERS- MEDEDELING

14 AUGUSTUS 2019

Roularta
Media Group 

RESULTATEN EERSTE SEMESTER 2019

Roularta realiseert een sterke stijging van omzet en EBITDA.

De omzet van de Groep stijgt tot € 147,9 miljoen (+17,8% vs. vorig jaar) en de EBITDA groeit tot € 10,7 miljoen vs. € -5,3 miljoen vorig jaar.

De vorig jaar overgenomen merken rond vrouwelijke doelgroepen, zoals Libelle, Femmes d'Aujourd'hui, Flair, Feeling en GAEL, bewijzen hun waardevolle aanvulling op de reeds sterke merkenportfolio van Roularta Media Group. Dit gezamenlijke portfolio geniet sterke synergieën, duidelijk zichtbaar in de cijfers van het eerste semester. De integratie was een intens werk maar is succesvol verlopen dankzij sterke inspanningen van al onze medewerkers.

Ook de joint ventures, met merken zoals De Tijd, L'Echo, Plus Magazine, ... scoren goed en zetten opnieuw een positieve bijdrage neer. Het nettoresultaat van deze joint ventures stijgt met € 5,0 miljoen tot € 1,1 miljoen. In 2018 was er een uitzonderlijke impairment van € 4,7 miljoen.

Zonder de overnames daalt de omzet met € 7,8 miljoen of 6,3%. Deze daling zit vooral in de reclameomzet, en dit bij alle merken. Inclusief de overnames blijft de reclameomzet status quo en stijgt de lezersmarkt substantieel.

Een stijgend brutomargepercentage (78,8% in juni 2019 vs. 77,8% in juni 2018) en de lagere kosten in procent van omzet voor diensten en diverse goederen & personeel (-5% vs. vorig jaar) zorgen voor een stijgende EBITDA in absolute waarden en procent van omzet.

IFRS 16 wordt voor de eerste maal toegepast. Dit toont een opboeking van activa en schulden voor een bedrag van € 5,3 miljoen. In de resultatenrekening is de impact van IFRS 16 op het nettoresultaat nihil, wel is er een verschuiving van huurkosten naar afschrijvingen ten belope van € 0,6 miljoen, wat voor een positieve EBITDA-impact zorgt.

De EBIT bedraagt € 3,9 miljoen of 2,6% op omzet wat bijna gelijk is aan het nettoresultaat van € 3,8 miljoen daar er bijna geen belastingen, noch intresten te betalen zijn. Zonder minderheidsbelangen bedraagt het nettoresultaat voor de RMG-aandeelhouders € 4,1 miljoen of € 0,33/aandeel.

1. FINANCIËLE KERNCIJFERS VAN HET EERSTE SEMESTER 2019

1.1 Geconsolideerde kerncijfers

	in duizend euro	30/06/19	30/06/18	Trend [%]
WINST-EN-VERLIESREKENING				
Omzet		147.949	125.558	+17,8%
<i>Gecorrigeerde omzet ⁽¹⁾</i>		116.722	124.543	-6,3%
EBITDA ⁽²⁾		10.713	-5.259	+303,7%
<i>EBITDA - marge</i>		7,2%	-4,2%	
EBIT ⁽³⁾		3.899	-73.134	+105,3%
<i>EBIT - marge</i>		2,6%	-58,2%	
Nettofinancieringskosten		-36	-3.150	-98,9%
Bedrijfsresultaat na nettofinancieringskosten		3.863	-76.284	+105,1%
Belastingen op het resultaat		-70	-168	-58,3%
Nettoresultaat van de voortgezette activiteiten		3.793	-76.452	+105,0%
Nettoresultaat van de beëindigde activiteiten		0	151.117	-100,0%
Nettoresultaat		3.793	74.665	-94,9%
Nettoresultaat toerekenbaar aan minderheidsbelangen		-342	-890	+61,5%
Nettoresultaat toerekenbaar aan aandeelhouders van RMG		4.136	75.555	-94,5%
<i>Nettoresultaat toerekenbaar aan aandeelhouders van RMG - marge</i>		2,8%	60,2%	
Aantal werknemers op afsluitdatum ⁽⁴⁾		1.248	1.246	+0,2%

(1) Gecorrigeerde omzet is de vergelijkbare omzet met juni 2018, i.e. exclusief de wijzigingen in de consolidatiekring.

(2) EBITDA is gelijk aan EBIT, verhoogd met afschrijvingen, waardeverminderingen en voorzieningen.

(3) EBIT is gelijk aan het bedrijfsresultaat, inclusief het aandeel in het resultaat van geassocieerde ondernemingen en joint ventures.

(4) Exclusief joint ventures (Mediafin, Bayard enz.) en voor 2019 inclusief de werknemers van de Women Brands.

De **geconsolideerde omzet** van het eerste semester 2019 kent een stijging ten belope van 17,8%, van € 125,6 naar € 147,9 miljoen. Deze stijging is te danken aan de Women Brands zoals Libelle, Femmes d'Aujourd'hui, Flair, Feeling, GAEL enz. die Roularta in portefeuille heeft sinds midden vorig jaar. Dankzij de overname zien we een stijging bij abonnementenwerving (+32,6%), losse verkoop (+198,4%) en een status quo in reclameomzet.

Bij de gecorrigeerde omzet is de lezersmarkt licht dalend [-4,6%], waar onderliggend de abonnementen relatief stabiel zijn en de losse verkoop daalt. Bij de reclame-inkomsten voor de gecorrigeerde omzet zien we wel een daling van 11,7%. Deze daling is bij elk product merkbaar. Het drukwerk voor derden stijgt met 4,3%.

De **EBITDA** steeg van € -5,3 miljoen naar € +10,7 miljoen of een EBITDA-percentage van 7,2%. Deze turnaround is zowel het resultaat van een gestegen EBITDA in de integraal geconsolideerde entiteiten (€ +11,0 miljoen) als van de geassocieerde ondernemingen en joint ventures (€ +5,0 miljoen). Vorig jaar was er bij de joint ventures een bijzondere waardevermindering op deze lijn, wat in 2019 niet voorvalt.

De **EBIT** evolueert van € -73,1 miljoen naar € 3,9 miljoen. Vorig jaar omvatte de EBIT een bijzondere waardevermindering op merken met een onbepaalde levensduur van € 63,2 miljoen.

De **nettofinancieringskosten**, die in het eerste semester van 2018 nog € 3,1 miljoen bedroegen, zijn bijna nihil in 2019 door de terugbetaling van de leningen (inclusief de obligatielening) in het tweede semester van 2018.

In de resultaten van juni 2019 werden geen extra actieve belastinglatenties opgezet.

De som van de beëindigde en de voortgezette activiteiten zorgt voor een **nettoresultaat** van € +3,8 miljoen vs. € +74,7 miljoen vorig jaar. Het nettoresultaat van 2018 bevatte de meerwaarde op de verkoop van de participatie in Mediaaan (€ 150,3 miljoen).

Geconsolideerde cijfers per aandeel	in euro	30/06/19	30/06/18	Trend (%)
EBITDA		0,85	-0,42	302,4%
EBIT		0,31	-5,83	105,3%
Nettoresultaat toerekenbaar aan aandeelhouders van RMG		0,33	6,02	-94,5%
Nettoresultaat toerekenbaar aan aandeelhouders van RMG na verwateringseffect		0,33	5,99	-94,5%
Gewogen gemiddeld aantal aandelen		12.544.690	12.540.584	0,0%
Gewogen gemiddeld aantal aandelen na verwateringseffect		12.600.426	12.617.393	-0,1%

2. BESPREKING RESULTATEN SEGMENTEN VAN DE GROEP

2.1 Media Brands

	in duizend euro	30/06/19	30/06/18	Trend	Trend (%)
WINST-EN-VERLIESREKENING					
Omzet		129.185	108.170	21.014	19,4%
<i>Gecorrigeerde omzet ⁽¹⁾</i>		<i>97.958</i>	<i>107.155</i>	<i>-9.198</i>	<i>-8,6%</i>
Brutomarge		97.602	78.231	19.371	24,8%
<i>Brutomarge op omzet</i>		<i>75,6%</i>	<i>72,3%</i>		

(1) Gecorrigeerde omzet is de vergelijkbare omzet met 2018, i.e. exclusief de wijzigingen in de consolidatiekring.

Het segment 'Media Brands' staat voor alle merken die door RMG en haar participaties worden geëxploiteerd.

De **omzet** van het segment Media Brands stijgt met 19,4% of € 21 miljoen, van € 108,2 miljoen naar € 129,2 miljoen.

Reclame

De omzet van de gratis bladen van de afdeling Roularta Local Media daalt met 12,8% tegenover het eerste semester van 2018. De reclame-inkomsten van de kranten dalen met 7,0%. De omzet uit reclame in magazines steeg in de eerste jaarhelft van 2019 met 25,8%, voornamelijk door de overname van de Women Brands.

De reclame-inkomsten uit de diverse internetsites stijgen met 2,9% dankzij de overname van de Women Brands.

Lezersmarkt

De omzet uit de lezersmarkt (losse verkoop en abonnementen) stijgt met 59,3% in vergelijking met het eerste semester van 2018.

Diverse

De gecorrigeerde diverse omzet blijft ongeveer gelijk in vergelijking met de eerste jaarhelft van 2018, en kent een lichte daling van 0,6%.

De **brutomarge** stijgt in procent van omzet van 72,3% naar 75,6%. In absolute waarde stijgt de brutomarge met € 19,4 miljoen naar € 97,6 miljoen.

2.2 Printing Services

	in duizend euro	30/06/19	30/06/18	Trend	Trend (%)
WINST-EN-VERLIESREKENING					
Omzet		40.011	38.196	1.816	4,8%
<i>Gecorrigeerde omzet ⁽¹⁾</i>		<i>40.011</i>	<i>38.196</i>	<i>1.816</i>	<i>4,8%</i>
Brutomarge		20.103	20.865	-762	-3,7%
<i>Brutomarge op omzet</i>		<i>50,2%</i>	<i>54,6%</i>		

(1) Gecorrigeerde omzet is de vergelijkbare omzet met 2018, i.e. exclusief de wijzigingen in de consolidatiekring.

Het segment 'Printing Services' staat voor de prepress- en drukkerijactiviteiten voor interne merken en externe klanten.

De **omzet** van het segment Printing Services stijgt met € 1,8 miljoen of 4,8%, van € 38,2 miljoen naar € 40 miljoen.

De stijging van € 1,8 miljoen is voor € 0,6 miljoen afkomstig van intern drukwerk en voor € 1,2 miljoen van extern drukwerk.

In absolute waarde daalt de brutomarge met € 0,8 miljoen naar € 20,1 miljoen. De brutomarge daalt in procent van omzet van 54,6% naar 50,2%. De daling van deze marge is hoofdzakelijk door het aanrekenen van lagere standaardkostprijzen voor intern werk.

3. GECONSOLIDEERDE BALANS

Balans	in duizend euro	30/06/19	31/12/18	Trend (%)
Vaste activa		181.268	184.108	-1,5%
Vlottende activa		169.160	171.000	-1,1%
Balanstotaal		350.428	355.108	-1,3%
Eigen vermogen - aandeel van de Groep		220.486	222.561	-0,9%
Eigen vermogen - minderheidsbelangen		757	1.100	-31,2%
Verplichtingen		129.184	131.447	-1,7%
Liquiditeit ⁽⁵⁾		1,5	1,5	+0,0%
Solvabiliteit ⁽⁶⁾		63,1%	63,0%	+0,2%
Netto financiële schuld		-85.341	-95.658	+10,8%
Gearing ⁽⁷⁾		-38,6%	-42,8%	+9,8%

(5) Liquiditeit = vlottende activa / kortlopende verplichtingen.

(6) Solvabiliteit = eigen vermogen (aandeel van de Groep + minderheidsbelangen) / balanstotaal.

(7) Gearing = netto financiële schuld / eigen vermogen (aandeel van de Groep + minderheidsbelangen).

Het **eigen vermogen - aandeel van de Groep** bedraagt € 220,5 miljoen op 30 juni 2019 tegenover € 222,6 miljoen op 31 december 2018. De beweging op het eigen vermogen bestaat hoofdzakelijk uit de winst over het eerste semester van 2019 (€ 4,1 miljoen) minus het dividend dat uitbetaald werd over het resultaat van 2018 (€ 6,3 miljoen). Het interimdividend (€ 62,6 miljoen) over het resultaat van 2018 werd in 2018 zelf uitbetaald.

Per 30 juni 2019 bedraagt de **geconsolideerde netto financiële cashpositie**⁽¹⁾ € 85,3 miljoen vs. € 95,7 miljoen per december 2018 of een daling van € 10,3 miljoen, hoofdzakelijk – naast de cash gegenereerd uit operationele activiteiten (€ 11,7 miljoen) en de betaling van het dividend (zie supra) – afkomstig van de betaling van een laatste schijf aan Sanoma voor de overname van de Women Brands in 2018 (€ 7,9 miljoen). Bovendien reflecteert de € 85,3 miljoen ook de impact van de nieuwe IFRS-standaard met betrekking tot leasing (IFRS 16) (€ 4,6 miljoen).

4. INVESTERINGEN (CAPEX)

De totale geconsolideerde investeringen in het eerste semester van 2019 bedragen € 2,8 miljoen (2018: € 36,3 miljoen): € 1,4 miljoen investeringen in nieuwe software (2018: € 1,2 miljoen) en € 1,4 miljoen materiële vaste activa (voornamelijk machines en materieel) (2018: € 1,8 miljoen). Er werd in het eerste semester van 2019 niet geïnvesteerd in nieuwe merken (2018: € 33,3 miljoen).

5. HALFJAARLIJKS FINANCIËEL VERSLAG

Het volledige verslag over de halfjaarresultaten is te vinden op onze website www.roularta.be/nl onder de rubriek: Roularta op de beurs>Financieel>Financiële verslaggeving>30-06-2019>Halfjaarlijks financieel verslag.

6. BELANGRIJKE GEBEURTENISSEN IN HET EERSTE SEMESTER VAN 2019 EN ERNA

- Sluiting vereffening Tvoj Magazin op datum van 22/03/2019.
- Vereffening Vogue Trading Video NV op datum van 26/03/2019.
- Een klein magazine 'Leben & Erziehen' werd verkocht door onze joint venture Bayard Media GmbH op datum van 01/04/2019. Dit heeft een verwaarloosbare impact op de geconsolideerde cijfers.
- De algemene vergadering van 21/05/2019 bekrachtigde de coöptatie en benoeming van de heer Carel Bikkers en prof. dr. Caroline Pauwels tot onafhankelijke bestuurders.
- De algemene vergadering van 21/05/2019 keurde het aandelenoptieplan 2019 goed voor geselecteerde personeelsleden.
- Fusie van Bright Communications met RMG op 01/07/2019.

7. VOORUITZICHTEN

De integratie van een reeks sterke merken zoals Libelle/Femmes d'Aujourd'hui, Flair en Feeling/GAEL is goed verlopen. We verwachten, behoudens reclamebestedingen, in het tweede semester een gelijkaardige positieve bijdrage van deze merken als in het eerste semester.

De bijna nihil kosten voor huur en intresten zullen in het tweede semester gelijklopend zijn aan het eerste semester en dus veel lager zijn dan vorig jaar.

De magazinepersen draaien op volle snelheid. Onze verwachting is dat dit in het tweede semester aangehouden blijft.

De lezersmarkt is relatief stabiel dankzij de abonnementen.

Anderzijds blijft de reclameomzet zeer volatiel. Er zijn grote schommelingen van maand tot maand wat onvoldoende visibiliteit brengt voor een prognose voor het tweede semester. De reclameportefeuille voor het derde kwartaal 2019 toont een omzetevolutie in lijn met de eerste jaarhelft.

(1) Netto financiële cash = vlottende geldmiddelen minus financiële schulden.

Contactpersonen	Rik De Nolf (Voorz RvB & IR)	Xavier Bouckaert (CEO)	Jeroen Mouton (CFO)
Tel.:	+32 51 26 63 23	+32 51 26 63 23	+32 51 26 68 92
E-mail:	rik.de.nolf@roularta.be	xavier.bouckaert@roularta.be	jeroen.mouton@roularta.be
URL:	www.roularta.be		