

Technicolor : résultats du premier trimestre 2020

Paris (France), 7 mai 2020 – [Technicolor](#) (Euronext Paris : TCH ; OTCQX : TCLRY) annonce aujourd'hui ses résultats du premier trimestre 2020.

Richard Moat, Directeur général de Technicolor, a déclaré :

« À l'instar de nombreuses entreprises, Technicolor fait face à une crise sans précédent, mais l'impact au cours du premier trimestre a été limité, avec une résilience de nos activités Maison Connectée et Publicité. La réponse de nos employés à travers le Groupe a été extraordinaire et nous avons pu déployer des capacités de travail à domicile pour 80% de nos employés. Nous avons maintenu nos opérations dans la mesure du possible, garantissant la sécurité de nos employés tout en assurant la continuité de nos activités pour nos clients. Dans cet environnement difficile, nous avons continué de nous concentrer sur la transformation opérationnelle et financière du Groupe, notamment en travaillant à la réalisation de 150 millions d'euros d'économies de coûts, comme annoncé lors de notre Journée Investisseurs. Comme promis, nous sommes sur la bonne voie pour réaliser une économie de 100 millions d'euros d'ici la fin de 2020. En plus de l'objectif de 150 millions d'euros, nous avons maintenant identifié 75 millions d'euros supplémentaires de réduction des coûts, renforçant notre engagement à faire tout ce qu'il faut pour créer un avenir durable pour le Groupe. Nous continuons d'avoir des actifs précieux et des positions de leadership mondial dans chacune de nos activités. Nous travaillons pour faire en sorte que Technicolor sorte plus fort à la sortie de crise et soit prêt à affronter le nouvel avenir. »

En ligne avec nos attentes, le chiffre d'affaires du premier trimestre 2020 du Groupe s'est élevé à 739 millions d'euros, en baisse de 12,8% d'une année sur l'autre à taux de change courants. L'activité du câble en Amérique de Nord au sein de Maison Connectée, et le segment Publicité au sein des Services de Production ont démontré une grande résilience depuis l'apparition de la crise du Covid-19.

La mise en œuvre précoce de la transformation opérationnelle et financière du Groupe est déjà réussie. Le Groupe est en cours de réalisation de son objectif de c. 100 millions d'euros d'économies à taux courants à fin 2020, 70% de cette réduction cible ayant déjà été finalisée à la fin du premier trimestre 2020. En plus des initiatives annoncées précédemment, la direction a identifié des économies supplémentaires de 75 millions d'euros à réaliser sur les trois années à venir.

Les impacts du Covid-19 ont commencé à se matérialiser à partir du mois de mars, avec quelques perturbations dans notre chaîne d'approvisionnement au sein de Maison Connectée qui sont maintenant entièrement résolues. L'impact négatif de Covid-19 sera plus significatif au deuxième trimestre dans les Services de Production et les Services DVD. La direction a mis en œuvre et continuera de mettre en œuvre toutes les mesures possibles pour garantir la continuité des activités tout en accordant la priorité à la sécurité des employés, des clients, des fournisseurs et de toutes les autres parties prenantes.

La direction générale de Technicolor travaille à la mise à jour du plan stratégique du Groupe tel que communiqué lors de notre journée investisseurs en février dernier, afin de refléter les changements de l'environnement économique et commercial. En raison de l'incertitude concernant la durée du confinement à l'échelle mondiale et des modalités de déconfinement, Technicolor n'est à ce jour pas encore en mesure de fournir de nouveaux objectifs financiers.

Indicateurs-clés des activités poursuivies du premier trimestre 2020 :

En million d'euros	2019	Premier trimestre		
		2020	A taux courants	A taux constants
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	847	739	(12,8)%	(14,1)%
EBITDA ajusté* des activités poursuivies	32	27	(16,1)%	(17,3)%
En % du chiffre d'affaires	3,8%	3,6%		
EBITA ajusté* des activités poursuivies	(41)	(34)	+17,9%	+19,3%
En % du chiffre d'affaires	(4,9)%	(4,6)%		

(*) Post IFRS 16

Résultats du Groupe pour le premier trimestre 2020

- Chiffre d'affaires de 739 millions d'euros reflétant, comme prévu, une diminution de la demande de Maison Connectée liée à un ralentissement en Eurasie, une baisse de volume des Services DVD et une baisse de l'activité Film & Effets Visuels Episodiques mais également une très bonne performance du haut débit, notamment en Amérique du Nord où la croissance des ventes (+10,6%) a été tirée par une augmentation de la demande, et de la Publicité qui a réalisé une croissance du chiffre d'affaires à deux chiffres.
- EBITDA ajusté de 27 millions d'euros reflétant une amélioration opérationnelle et financière dans toutes les divisions, dont en particulier Maison Connectée, et une baisse des Effets Visuels Film & Episodique et des Services DVD.
- EBITA ajusté de (34) millions d'euros, soit une amélioration de 7 millions d'euros grâce à une meilleure gestion des coûts des dépenses de rendu dans le cloud.
- Le 13 février 2020, le Groupe a annoncé son Plan Stratégique ainsi que des mesures pour renforcer son bilan. Depuis cette date, le Groupe a obtenu avec succès la facilité à court terme de 110 millions de dollars qui s'ajoute à sa ligne de crédit revolving existante de 250 millions d'euros et à sa ligne de crédit de 125 millions de dollars adossée à des créances.
- Point à date sur les impacts liés à la pandémie Covid-19 :
 - Impact limité au premier trimestre : interruption de la chaîne d'approvisionnement dans Maison Connectée, en particulier en Asie, et report de commandes dans les Effets Visuels Film et Séries TV ;
 - Coûts exceptionnels liés au Covid-19 limités à environ 2 millions d'euros au premier trimestre, constitués principalement des coûts des installations inactives liées aux Services de Production;
 - Ces coûts et les subventions afférentes pour les couvrir sont classés en «autres charges» compte tenu de leur caractère non récurrent.
- Comme annoncé lors de la journée investisseurs de Technicolor le 19 février 2020, des initiatives stratégiques visant à améliorer les opérations et à accélérer les économies de coûts sont actuellement mises en œuvre dans l'ensemble du Groupe. Technicolor confirme son objectif de générer 150 millions d'euros d'économies en base annuelle à taux courants d'ici 2022, dont 40 millions d'euros proviendront de l'achèvement du plan de transformation existant concernant la Maison Connectée et 110 millions d'euros de la mise en œuvre d'un nouveau plan. La majorité de



ces économies sont déjà en cours pour permettre la réalisation de c.100 millions d'euros d'économie à taux courants à fin 2020, principalement grâce à une réduction des effectifs de 1 000 personnes dont 70% ont été finalisés à la fin du premier trimestre.

- En plus des initiatives annoncées précédemment, la direction a identifié de nouvelles opportunités d'économies de coûts. La poursuite de la simplification de la structure organisationnelle et des opérations dans les fonctions transverses permettront des économies supplémentaires de 75 millions d'euros sur les trois années à venir.

Perspectives

- Technicolor continue d'évaluer l'impact du Covid-19 sur les activités du Groupe à l'avenir.
 - Maison Connectée, malgré une perturbation précoce de la chaîne d'approvisionnement en Asie, a repris son activité et se dirige vers une bonne année grâce à la forte demande aux États-Unis ;
 - L'impact du Covid-19 est plus prononcé dans la division Services de Production. Les Effets Visuels Film et Séries TV et la Post-Production sont affectés de manière significative par l'arrêt des tournages, ce qui entraîne des retards dans lesancements de production. Le pipeline des projets de la Publicité est plus robuste, mais sera néanmoins affecté. Le segment Animation et Jeux est moins touché en raison de la nature de leur travail sur ordinateur et la possibilité de travailler à domicile. De plus, le Groupe a été en mesure de mettre en place des capacités techniques supplémentaires pour garantir des conditions de travail à distance sécurisées, lorsque cela était possible, pour une large partie de ses employés. A l'heure actuelle, le retour à la normale demeure incertain, ce qui rend difficile de prévoir avec précision les ventes pour le reste de l'année ;
 - La division DVD Services devrait être impactée négativement compte tenu de l'annulation de nouvelles sorties en salles, cependant cela est compensé par les ventes de catalogues aux États-Unis qui montrent des signes de résilience.
- Dans l'ensemble, l'incertitude sur la durée de cette crise mondiale renforce la nécessité de faire tout ce qui est en notre pouvoir pour gérer les liquidités et réduire les coûts afin de soutenir l'activité. À cet égard :
 - Technicolor a déjà gelé toutes les dépenses non critiques, y compris l'arrêt des dépenses d'investissement non essentielles, en les limitant à ce qui est nécessaire pour livrer les produits aux clients, pour assurer la sécurité de ses employés ou pour permettre des économies de coûts en 2020 ;
 - La direction financière mène des efforts pour identifier et utiliser les possibilités de soutien gouvernemental qui sont offertes aux entreprises dans les pays dans lesquels Technicolor opère ;
 - Anne Bouverot, Présidente du Conseil d'administration de Technicolor, et Richard Moat, Directeur général de Technicolor, ont réduit leurs rémunérations fixes respectives de 25% sur une période de trois mois.
- Dans le communiqué de presse du 23 mars, le Groupe a suspendu ses objectifs 2020-2022 en raison de l'épidémie de Covid-19. La Société prévoit de fournir des objectifs mis à jour pour 2020-2022 dès qu'il y aura plus de visibilité sur l'impact de la pandémie.



Mise à jour sur le processus d'augmentation de capital

- Dans le cadre des besoins de liquidité du Groupe, Les actionnaires ont approuvé toutes les résolutions relatives au projet d'augmentation de capital annoncé le 13 février 2020 lors de l'Assemblée Générale Ordinaire et Extraordinaire du 23 mars 2020. Les résolutions ont toutes été adoptées par plus de 98,5% des suffrages exprimés, et comprennent :
 - Approbation du regroupement des actions de la société, en vertu duquel 27 actions existantes d'une valeur nominale de 1 € seront échangées contre 1 action nouvelle d'une valeur nominale de 27 €. Ce regroupement d'actions sera effectif le 12 mai ;
 - Approbation d'une réduction de capital par voie de diminution de la valeur nominale des actions à 0,01 € ;
 - Délégation de pouvoirs au Conseil d'administration pour procéder à une augmentation de capital à hauteur de 305 millions d'euros.
- Dans un contexte global de forte volatilité des marchés, Technicolor, en collaboration avec ses conseillers, continue d'étudier les fenêtres de marché possibles pour le lancement de l'augmentation de capital qui demeure soumise aux conditions de marché appropriées et à l'approbation des autorités de marché compétentes. La Société tiendra le marché informé des avancées concernant l'augmentation de capital.



Revue par segment des résultats du premier trimestre 2020

Services de Production	Premier trimestre		Variation	
	2019	2020	A taux courants	A taux constants
En million d'euros				
Chiffre d'affaires	204	176	<i>(13,4)%</i>	<i>(14,8)%</i>
EBITDA ajusté*	30	11	<i>(62,9)%</i>	<i>(64,1)%</i>
En % du chiffre d'affaires	+14,6%	+6,2%		
EBITA ajusté*	(4)	(15)	<i>ns</i>	<i>ns</i>
En % du chiffre d'affaires	(1,7)%	(8,4)%		

(*) Post IFRS 16

- **Le chiffre d'affaires de Services de Production** est en baisse de 14,8% à taux constants et de 13,4% à taux courants par rapport au premier trimestre 2019, principalement en raison de la baisse d'activité prévue au premier semestre dans les Effets Visuels Film & Séries TV due aux retards dans les attributions de projets provenant d'un client clé :
 - Effets Visuels Films & Séries TV : le chiffre d'affaires est en baisse d'une année sur l'autre, principalement en raison de la réduction anticipée du volume de films d'un studio chez MPC Film. Au cours du premier trimestre, les équipes VFX ont travaillé sur plus de 15 films de cinéma des principaux studios, comprenant des projets comme *Cruella* (Disney), *Ghostbusters: Afterlife* (Sony), *Godzilla vs. Kong* (Warner Bros./Legendary), *The New Mutants* (Fox) et *Top Gun: Maverick* (Paramount); et plus de 17 projets de séries (c.-à-d. streaming/OTT), dont *American Gods* saison 3 (Starz/Fremantle), *Da 5 Bloods* (Netflix), *Mme America* (Hulu/FX), *Raised by Wolves* (HBO Max) et *Secret Society of Second-Born Royals* (Disney +) ;
 - Effets Visuels Publicité : croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente, tirée par la forte demande du Super Bowl (Technicolor a contribué à plus de 40 publicités, y compris le film de deux minutes pour la NFL qui a ouvert la rencontre). Parmi les autres projets phares réalisés au cours du trimestre, citons l'expérience cinématographique immersive *Winter 20* de Balenciaga à la Fashion Week de Paris ; Le court-métrage «*The Birdman*» de Volvo célébrant le travail du principal biologiste de la conservation, le professeur Carl Jones, MBE ; et «*Feel the Power of PlayStation*» de Sony PlayStation ;
 - Animation et Jeux : forte croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente, tirée par une augmentation du volume de la demande des services d'animation et séries TV, et un plus grand nombre d'épisodes livrés par Technicolor Animation Productions (« TAP » contenu d'animation et de jeux). Mikros Animation continue de produire le film de Paramount *The SpongeBob Movie: Sponge on the Run* et le long métrage *Pat'Patrouille de Spin Master*, tout en commençant la production de deux autres longs métrages d'animation. Technicolor animation a achevé la livraison de *Elena of Avalor* saison 3 (Disney), *Monchhichi* saison 2 (TF1) et *Team DroniX* (France Télévisions) et maintient un solide carnet de commandes provenant de clients clés ;
 - Post-Production : le chiffre d'affaires est en baisse par rapport à l'année précédente, en raison de la stratégie du Groupe de se retirer de manière proactive des films non rentables, et de se recentrer sur le marché des séries partiellement compensés par une croissance à deux chiffres d'une année sur l'autre au Canada et au Royaume-Uni. Par rapport aux autres segments, la Post-Production a été plus immédiatement impactée au cours du trimestre par le Covid-19 à cause de l'arrêt soudain des productions à l'échelle mondiale, en raison de sa dépendance à recevoir des images en direct (par exemple, plus de 50 séries arrêtées du jour au lendemain).



Au cours du trimestre, la Post-Production a travaillé sur des projets comme *Avenue 5* (HBO), *Minions: The Rise of Gru* (Universal/Illumination), *Perry Mason* (HBO), *Pieces of Her* (Netflix) et *Snowfall* (FX).

Point à date sur la pandémie liée au Covid-19 :

- L'activité Publicité continue de bénéficier de la demande de certains clients, grâce notamment à de nouveaux contrats remportés fin mars et début avril. Cependant, la demande dépend de la situation macroéconomique mondiale laquelle continue de se détériorer, conduisant les principaux annonceurs à retarder les campagnes publicitaires et à réduire les budgets marketing ;
- Dans l'Animation, la demande est encore relativement forte - à la fois des grands studios américains et des streamers - car l'industrie de l'animation est plus facilement passée à la production à domicile et ne dépend pas des tournages en direct ;
- Cependant, les studios de cinéma et les plateformes de streaming ont interrompu toutes leurs productions, réduisant considérablement le carnet de commandes pour les activités Effets Visuels Film & Séries TV et Film & Post-Production. Cette baisse de la demande des clients a conduit le Groupe à explorer de nouveaux moyens pour limiter les coûts et une réduction des effectifs dans les studios de création a déjà démarré. Dans la mesure du possible, le Groupe utilise des congés et des licenciements temporaires afin de retenir les talents clés lors des retards et arrêts de production ;
- Malgré la limitation de la bande passante à Bangalore et à Mumbai en raison de contraintes d'infrastructure, les équipes informatiques locales ont considérablement amélioré les capacités de travail à domicile avec le soutien des entités gouvernementales locales. En dehors de l'Inde, les studios de Services de Production sont passés avec succès à la production à domicile, tandis que le studio de MPC Advertising à Shanghai a rouvert ses portes pour permettre le travail sur site.

L'EBITDA ajusté s'élève à 11 millions d'euros au premier trimestre, soit 6,2% du chiffre d'affaires, en baisse de 64,1% à taux constants par rapport à l'année précédente. La réduction de l'EBITDA ajusté est principalement attribuable au déclin de l'activité Effets Visuels Films et Séries TV. Cette évolution négative combinée à une baisse des coûts de rendu dans le cloud a eu un impact plus limité sur l'EBITA ajusté par rapport à l'année précédente.

	Premier trimestre		Variation	
	2019	2020	A taux courants	A taux constants
Services DVD				
En million d'euros				
Chiffre d'affaires	188	160	(15,0)%	(16,5)%
EBITDA ajusté*	8	1	(87,9)%	(89,8)%
En % du chiffre d'affaires	+4,3%	+0,6%		
EBITA ajusté*	(13)	(16)	(20,0)%	(18,4)%
En % du chiffre d'affaires	(7,1)%	(10,0)%		

(*) Post IFRS 16

- **Le chiffre d'affaires de Services DVD** a atteint 160 millions d'euros au premier trimestre 2020, en baisse de 16,5% à taux de change constants et de 15,0% à taux courants par rapport à 2019, due principalement à la baisse des volumes. Le volume total de réplification combiné a atteint 174 millions de disques, en baisse de 22% d'une année sur l'autre.



Faits marquants de l'activité:

- Les volumes de DVD en définition standard ont diminué de 28% au premier trimestre en raison des réductions de la demande globale attendues pour ce format, aggravées par une liste de sorties relativement plus faible pour certains grands studios par rapport au premier trimestre 2019 ;
- Les volumes Blu-ray™ ont baissé de 13% d'une année sur l'autre pour des raisons similaires à celles des DVD, mais atténués en partie par la croissance continue du format Ultra HD Blu-ray™ (13% au cours du trimestre) ;
- Les volumes de CD ont augmenté de 3% d'une année sur l'autre grâce à la croissance des nouveaux clients et des gains de part de marché au sein des clients existants qui ont plus que compensé la baisse globale du marché.

Services DVD a poursuivi ses initiatives structurelles précédemment annoncées à l'échelle de la division pour adapter les opérations de distribution et de réplique, ainsi que les accords de contrats avec les clients, en réponse aux réductions de volume continues.

Point à date sur la pandémie liée au Covid-19 :

- Les cinémas étant fermés, de nombreux studios retardent la sortie de leurs films à plus tard en 2020 et 2021 ; cependant, la demande pour le catalogue résiste assez bien, le public continuant à revoir des émissions et films populaires. La demande sur le marché US a été particulièrement soutenue, favorisée par les points de vente au détail qui ont participé à l'augmentation des ventes de DVD ;
- Jusqu'à présent, les activités de production et de distribution se sont poursuivies sans interruption, bien que l'évolution récente des décisions des autorités compétentes pour lutter contre le virus constitue une menace permanente de fermeture temporaire d'usines.

L'EBITDA ajusté s'élève à 1 million d'euros à taux courants, soit 0,6% du chiffre d'affaires, globalement conforme aux attentes compte tenu de la baisse de volume attendue et de la faiblesse saisonnière habituelle au premier semestre. La rentabilité a été renforcée par les économies de coûts en cours et par l'impact positif des contrats renégociés en 2019. La baisse des D&A et les renouvellements de contrats ont contribué à réaliser un EBITA ajusté de (16) millions d'euros.

Volumes de DVD, Blu-ray™ et CD

En million d'unités		Premier trimestre		
		2019	2020	Variation
Total des volumes		224,2	174,1	(22,3)%
Par Format	SD-DVD	152,2	109,8	(27,9)%
	Blu-ray™	61,1	53,1	(13,1)%
	CD	10,9	11,3	+3,3%
Par Segment	Studio/Vidéo	204,5	157,3	(23,1)%
	Jeux	6,0	3,0	(50,8)%
	Musique & Logiciels	13,6	13,8	+1,2%



###

Maison Connectée En million d'euros	Premier trimestre		Variation	
	2019	2020	A taux courants	A taux constants
Chiffre d'affaires	451	393	(12,8)%	(13,9)%
EBITDA ajusté*	3	16	ns	ns
En % du chiffre d'affaires	+0,6%	+4,1%		
EBITA ajusté*	(15)	(1)	ns	ns
En % du chiffre d'affaires	(3,3)%	(0,2)%		

(*) Post IFRS 16

- **Le chiffre d'affaires de Maison Connectée** s'est élevé à 393 millions d'euros au premier trimestre 2020, en baisse de 13,9% à taux constants et de 12,8% à taux courants d'une année sur l'autre. Le chiffre d'affaires de la division a subi un ralentissement de la demande en Amérique latine et en Eurasie qui n'a pas été entièrement compensé par la forte demande de l'activité du câble en Amérique de Nord.

Faits marquants de l'activité :

Amérique du Nord : le chiffre d'affaires est en hausse par rapport au premier trimestre 2019 porté par les gains de parts de marché continus dans le haut débit, qui a augmenté de 16% par rapport à l'année précédente.

- L'activité du câble en Amérique du Nord a affiché une forte demande de solutions haut débit de la part de Charter, Cox, Rogers and Shaw ;
- Le chiffre d'affaires réalisé avec Comcast est plus équilibré entre les solutions haut débit et la Vidéo en comparaison avec l'année précédente, tirés par le programme Flex de Comcast, et la demande accrue pour le décodeur IP Xi6.

Europe, Moyen-Orient et Afrique, Asie-Pacifique et Amérique latine : alors que le Groupe est confronté à des ralentissements de la demande de vidéo en Eurasie, les revenus du haut débit sont stables dans la région. L'activité a fait face à un affaiblissement de la demande en Amérique Latine et dans le segment Vidéo dans toutes les régions, ce qui explique la baisse du chiffre d'affaires global par rapport à l'année précédente.

- Le secteur de la Vidéo par satellite a connu des faiblesses notamment en Europe due au Covid-19 et en Inde, où la demande était exceptionnelle en 2019 dopée par des conditions réglementaires favorables ;
- Une demande plus faible du secteur du câble pour les décodeurs IP au Japon ;
- Une transition plus lente que prévu vers les solutions DOCSIS 3.1 et Fibre en Amérique Latine, notamment au Brésil, en raison de la dévaluation des monnaies locales et de la mauvaise situation macroéconomique. Cette crise, combinée à la situation du Covid-19, rend la région plus volatile que prévu. Cette situation fait l'objet d'un suivi attentif en restant très proche de la clientèle.

Maison Connectée bénéficie de l'avancée significative du plan de transformation à trois ans. La division continue de se concentrer sur des investissements sélectifs avec des clients clés et des parties spécifiques du portefeuille qui entraîneront une amélioration des marges au cours de l'année:



- Dans le haut débit, les investissements sont concentrés sur les produits Fibre et DOCSIS 3.1 pour positionner Technicolor comme un leader innovant et un acteur de confiance dans l'écosystème de la Maison Connectée. Au premier trimestre, la division a permis à Comcast de construire une nouvelle passerelle DOCSIS 3.1 à l'aide du Wi-Fi 6 et à Megacable de déployer le premier DOCSIS 3.1 au Mexique pour les services de vitesse gigabit ;
- Pour la Vidéo, les solutions basées sur Android TV gagnent encore plus de terrain. Conformément à l'objectif d'un taux de succès plus élevé et d'un leadership mondial, Maison Connectée a travaillé avec des fournisseurs de réseau du monde entier pour explorer de nouvelles façons de servir les abonnés et de générer de nouveaux flux de chiffre d'affaires. En intégrant la technologie publicitaire ciblée de Hoppr à notre plate-forme de décodeur Android TV, Technicolor améliore la façon dont les fournisseurs de réseau en Europe et en Asie offrent de la valeur. De plus, les prix des mémoires ont continué de baisser par rapport au premier trimestre 2019.

En million d'euros		Premier trimestre		
		2019	2020	Variation*
Chiffre d'affaires		451	393	(13,9)%
<u>Par région</u>	Amérique du Nord	187	212	+10,6%
	Europe, Moyen-Orient et Afrique	127	74	(43,0)%
	Amérique Latine	86	64	(22,4)%
	Asie-Pacifique	51	43	(17,1)%
<u>Par produit</u>	Vidéo	185	154	(16,5)%
	Haut débit	267	239	(12,1)%

(*) A taux constants

Point à date sur la pandémie liée au Covid-19 :

- En maintenant les consommateurs à la maison, cette crise met l'accent sur l'importance de la connectivité et le besoin crucial de puissantes connexions haut débit et de services Wi-Fi de haute qualité pour permettre un travail à domicile sans faille et des expériences de consommation de contenu améliorées. Cela crée une demande supplémentaire de nos clients et cette tendance devrait se poursuivre après la crise ;
- La chaîne d'approvisionnement mondiale a été perturbée par les fermetures de pays, en particulier en Asie. Bien que la production en Chine se soit rétablie, la situation reste difficile en raison du confinement dans d'autres pays comme les Philippines ou l'Indonésie et dans ceux où nos ports d'arrivée sont situés. Cependant, grâce au travail de son équipe de gestion de crise, la division Maison Connectée a pu atténuer les perturbations de sa chaîne d'approvisionnement et continuer à servir ses clients ;
- La demande se maintient bien en Amérique du Nord, avec de nouvelles commandes importantes reçues de clients clés en raison d'une baisse du taux de désabonnement et de nouvelles promotions. La demande dans le reste du monde est mitigée, certaines régions étant affectées par la détérioration de la situation macroéconomique.

La division Maison Connectée reste prudemment optimiste quant à l'évolution de l'activité pour le reste de l'année. Le marché reconnaît la pertinence de puissantes connexions haut débit et de services Wi-Fi de haute qualité à domicile. La demande provenant de principaux clients a augmenté durant le confinement de certains marchés, la crise des devises en Amérique latine et les perturbations restantes de l'approvisionnement continueront d'avoir un léger impact sur le chiffre d'affaires à court terme. Dans l'ensemble, la situation devrait s'améliorer progressivement au cours des prochains mois.



L'**EBITDA ajusté** s'élève à 16 millions d'euros, soit 4,1% du chiffre d'affaires, tiré par le mix favorable de la marge brute provenant du marché nord-américain et les améliorations des dépenses d'exploitation. L'**EBITA ajusté** s'élève à (1) million d'euros, en amélioration de 14 millions d'euros à taux courants par rapport à l'année précédente.

###

Corporate & Autres En million d'euros	Premier trimestre		Variation	
	2019	2020	A taux courants	A taux constants
Chiffre d'affaires	4	9	<i>ns</i>	<i>ns</i>
EBITDA ajusté*	(9)	(1)	+88,3%	+89,0%
En % du chiffre d'affaires	ns	(11,0)%		
EBITA ajusté*	(9)	(2)	+77,9%	+78,7%
En % du chiffre d'affaires	ns	(22,8)%		

(*) Post IFRS 16

- **Le segment Corporate & Autres** inclut les activités de Licences de Marques.

Le segment a enregistré un chiffre d'affaires de 9 millions d'euros au cours du premier trimestre 2020, en augmentation par rapport à l'année dernière. L'**EBITDA ajusté** s'est élevé à (1) million d'euros et l'**EBITA ajusté** s'est élevé à (2) millions d'euros.



Richard Moat, Directeur général, et Laurent Carozzi, Directeur Financier, tiendront une conférence téléphonique aujourd'hui, jeudi 7 mai, à 19h00 (heure de Paris, GMT+1).

Calendrier financier

Assemblée Générale Annuelle	30 juin 2020
Résultats financiers du premier semestre	30 juillet 2020

###

Avertissement : Déclarations Prospectives

Ce communiqué de presse contient certaines déclarations qui constituent des « déclarations prospectives », y compris notamment les énoncés annonçant ou se rapportant à des événements futurs, des tendances, des projets ou des objectifs, fondés sur certaines hypothèses ainsi que toutes les déclarations qui ne se rapportent pas directement à un fait historique ou avéré. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement des résultats prévisionnels évoqués explicitement ou implicitement par les déclarations prospectives, pour obtenir plus d'informations sur ces risques et incertitudes, vous pouvez consulter les documents déposés par Technicolor auprès de l'Autorité des marchés financiers.

###

A propos de Technicolor www.technicolor.com

Les actions Technicolor sont enregistrées sur NYSE Euronext Paris (TCH) et sont négociables aux Etats-Unis sur le marché OTCQX (TCLRY).

Relations Investisseurs

Christophe Le Mignan : +33 1 88 24 32 83
Christophe.lemignan@technicolor.com