



**Chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre 2009
de Lagardère SCA : - 2,2 % en données brutes
et - 3,5 % à données comparables^(*)**

-- Paris, le 23 juillet 2009 --

Au 30 juin 2009, le chiffre d'affaires consolidé de Lagardère SCA s'élève à 3 720,0 M€, soit un recul de 2,2 % en données brutes et de 3,5 % à données comparables.

L'écart entre le repli à données brutes et à données comparables s'explique par l'effet des modifications de périmètre pour 93 M€ (principalement l'intégration globale de WSG à partir du 1^{er} janvier 2009), partiellement compensé par un effet de change défavorable pour 48 M€ (baisse de la Livre Sterling et de certaines monnaies d'Europe de l'Est vis-à-vis de l'Euro partiellement compensée par la hausse du Dollar).

Les évolutions marquantes au 2^{ème} trimestre 2009 à données comparables sont :

- **Lagardère Publishing** – Croissance toujours soutenue des ventes découlant principalement, comme à fin mars, du succès des ouvrages de Stephenie Meyer. Ralentissement du rythme de progression au mois de juin résultant du fort niveau d'activité en juin 2008 lié à la sortie de deux romans de James Patterson.
- **Lagardère Active** – Rythme de contraction du chiffre d'affaires quasi-équivalent à celui constaté fin mars malgré une dégradation de l'activité Audiovisuelle particulièrement élevée au 2^{ème} trimestre 2008. Le chiffre d'affaires publicitaire est toujours en baisse de plus de 20 %. En France, la baisse est légèrement supérieure à 15 %. Les ventes numériques progressent en pourcentage du CA pour atteindre 7,7 % au second trimestre 2009.
- **Lagardère Services** – Stabilisation avec des tendances semblables à celles observées à fin mars 2009. Nette baisse du chiffre d'affaires en distribution de presse et ralentissement de l'activité de détail du fait de la contraction des marchés de la vente au numéro de presse et du trafic aérien. L'activité de détail a été soutenue par l'ouverture de nouveaux points de vente.
- **Lagardère Sports** – Trimestre en ligne avec les attentes. Baisse des ventes en raison d'un calendrier d'événements sportifs moins favorable que l'année dernière qui avait été caractérisé par la facturation, en particulier de l'Euro 2008.

^(*) à périmètre et taux de change constants.

	Chiffre d'affaires (M€)			Variation 2009/2008 brute	Variation 09/08 retraitée à données comparables
	31.03.09	30.06.09	30.06.08		
LAGARDERE	1 778,1	3 720,0	3 804,4	(2,2 %)	(3,5 %)
• Lagardère Publishing	462,8	1 009,1	908,0	11,1 %	11,5 %
• Lagardère Active	399,2	831,2	1 017,7	(18,3 %)	(17,7 %)
○ Presse	310,0	633,3	778,9	(18,7 %)	(18,5 %)
○ Audiovisuel	89,2	197,9	238,8	(17,1 %)	(15,0 %)
• Lagardère Services	782,4	1 618,9	1681,0	(3,7 %)	(2,6 %)
• Lagardère Sports	133,7	260,8	197,7	31,9 %	(7,6 %)

I - Activité

Lagardère Publishing

Le chiffre d'affaires à fin juin 2009 s'élève à 1 009 M€, en hausse de 11,1 % en données brutes, soit une croissance de 11,5 % à données comparables. Le ralentissement du rythme de progression par rapport au 1^{ème} trimestre 2009 (+ 14,1 % à données comparables) découle d'une base de comparaison moins favorable (ventes en hausse de 2,4 % à fin mars 2008 et de 6,3 % au second trimestre 2008). Contrairement à 2008, l'effet de change négatif est marginal puisqu'il est limité à 8 M€.

Le succès de la saga de Stephenie Meyer (*Breaking Dawn*, *New Moon*, *Twilight* et *Eclipse*) ne se dément pas, tant aux États-Unis qu'en Grande-Bretagne ou en France. De plus, les succès *First Family* de David Baldacci et *The Shack* de William P. Young ont eu un impact favorable sur les ventes aux États-Unis. En Grande-Bretagne, *The Return* de Victoria Hislop a contribué positivement tout comme les succès enregistrés par Orion et Little, Brown UK.

En France, les bons résultats de l'illustré favorisent une progression des ventes tandis que la Littérature Générale enregistre un rattrapage par rapport à fin mars avec des succès tels que *D-Day* d'Anthony Beevor, *Le Monde selon K* de Pierre Péan ou encore *Lettre d'une inconnue* de Stefan Zweig.

L'évolution de l'activité en Éducation s'améliore par rapport à celle constatée au 1^{er} trimestre 2009, tant en France qu'en Espagne.

Les Fascicules plus sensibles à la conjoncture enregistrent toujours un repli à l'exception de l'Allemagne et de l'Italie. La baisse est cependant moins sensible qu'à fin mars.

Enfin, l'activité Distribution progresse malgré la conjoncture avec, notamment, une hausse de 8,0 % en France et de 6,5 % en Grande-Bretagne.

Lagardère Active

La branche affiche une baisse de ses ventes à données comparables de 17,7 %, soit un recul en données brutes de 18,3 % à 831 M€, tendance équivalente à celle observée à fin mars (- 17,5 % à données comparables).

Si l'évolution des ventes publicitaires est globalement proche de celle observée à fin mars 2009, on peut noter une stabilisation à l'International et une légère dégradation en France, ceci principalement pour la Radio. En outre, l'évolution du chiffre d'affaires publicitaire se caractérise par une forte volatilité au mois le mois réduisant la visibilité du groupe. On note néanmoins un moindre ralentissement de la diffusion des magazines.

Les activités numériques atteignent 7,4 % des ventes de Lagardère Active à fin juin 2009 (contre 6,4 % au 30 juin 2008) et sont conformes à l'objectif de 5 % à 10 % des ventes en 2009.

Presse

Les ventes de la division Magazines sont en baisse de 18,7 % en données brutes, soit - 18,5 % à données comparables sur le semestre, et s'établissent à 633 M€.

Les principales tendances publicitaires observées sur le deuxième trimestre sont :

- Contraction de la Presse Magazine France à un niveau légèrement supérieur à 15 %. La diminution reste, cependant, moins marquée en France qu'à l'International.
- Stabilisation de tendance pour la Presse Magazine à l'International, dont la baisse reste néanmoins supérieure à 25 % sur le second trimestre. Les évolutions sont peu homogènes par zones géographiques. Les Etats-Unis et la Chine enregistrent des tendances plus favorables qu'au 1^{er} trimestre, contrairement au Royaume-Uni et, plus marginalement, à l'Italie.

La diffusion s'améliore légèrement par rapport aux trois premiers mois de l'année puisque les ventes sont en baisse d'environ 2 % au second trimestre à périmètre de titres comparables (contre près de 8 % à fin mars), avec une nouvelle fois des situations contrastées selon les zones géographiques. L'amélioration est perceptible, en particulier, en France.

Audiovisuel

L'accélération du rythme de baisse par rapport à fin mars 2009 pour l'Audiovisuel découle en grande partie d'une base de comparaison défavorable liée au dynamisme des ventes au 2^{ème} trimestre 2008 (+ 12,9 % à données comparables). Le chiffre d'affaires réalisé par cette activité s'est établi à 198 M€, en baisse de 17,1 % en données brutes à fin juin 2009, soit - 15,0 % à données comparables.

• Radio

En France, les ventes sont en baisse de plus de 15 % compte tenu d'une diminution de l'audience des radios musicales et malgré une progression de celle d'Europe 1. La dégradation au second trimestre résulte d'une forte diminution des ventes de RFM et de Virgin Radio. A fin juin, le réseau à l'International affiche une tendance équivalente à celle de fin mars 2009 et reste en contraction de plus de 20 %.

• Télévision

Le cycle de livraison des œuvres audiovisuelles, et plus particulièrement de certaines séries télévisées, ont pesé sur l'évolution des ventes de Lagardère Entertainment à fin juin. L'évolution des recettes publicitaires sur la TNT se dégrade sensiblement à fin juin par rapport au 1^{er} trimestre 2009.

Lagardère Services

Les ventes de la branche sont en baisse de 2,6 % à données comparables sur le 1^{er} semestre 2009 (- 3,7 % en données brutes), à 1 619 M€. La baisse est moins marquée qu'à fin mars 2009 malgré une base de comparaison défavorable liée au dynamisme des ventes au 2^{ème} trimestre 2008 (6,4 % à données comparables contre 5,2 % à fin mars 2008). L'effet de change négatif de 40 M€ découle en majeure partie de la hausse de 28 % du taux moyen de l'Euro par rapport au Zloty polonais et de 15 % par rapport au Forint hongrois.

Les activités de détail (deux-tiers des ventes de Lagardère Services) sont stables tandis que les activités de distribution de presse sont toujours en baisse de l'ordre de 10 %.

- En dépit de l'extension du réseau, Aélia enregistre toujours une légère baisse de son chiffre d'affaires sur les six premiers mois de l'année, pénalisé par la baisse du trafic aérien. Les ventes de Relay France sont stables compte tenu d'un léger redressement au second trimestre. Si le marché de la presse est toujours en baisse, il semble moins déprimé en fin de semestre.
- Les activités de détail en Roumanie affichent une croissance à deux chiffres grâce au développement des réseaux tandis que les ventes sont en baisse en Hongrie. En Espagne, bien que toujours en contraction, la tendance est plus favorable qu'à fin mars sur le second trimestre 2009. Les ventes en Belgique et en Allemagne sont en légère hausse au premier semestre.
- Les activités de distribution continuent d'être en baisse. Aux États-Unis, Curtis a été pénalisé par la faillite du grossiste Anderson dont les effets se sont fait sentir sur l'ensemble du deuxième trimestre. En Espagne et en Belgique, la baisse est légèrement moins marquée.

Lagardère Sports

Lagardère Sports affiche une croissance de ses ventes de 31,9 % en données brutes à fin juin 2009, à 261 M€, soit une baisse de 7,6 % à données comparables. L'écart entre la variation en données brutes et à données comparables découle à hauteur de plus de 80 M€ de la consolidation par intégration globale de WSG à partir du 1^{er} janvier 2009.

Comme attendu les ventes sont en baisse à données comparables au second trimestre. Compte tenu de la structure des contrats (acquisition de droits ou commission d'agents) et du calendrier des événements sportifs, il est utile de rappeler que les ventes de Lagardère Sports sont très volatiles d'un trimestre à l'autre. A fin juin 2009, la non-réurrence de l'activité générée par la CAN et l'Euro 2008 n'a été que partiellement compensée par l'impact positif du Championnat du Monde de Handball et les matchs de qualification pour la Coupe du Monde de Football 2010.

On peut noter que hors Lagardère Active, branche pour laquelle le groupe n'a pas communiqué d'objectif, le chiffre d'affaires consolidé à fin juin 2009 s'élève à 2 889 M€, en hausse de 3,7 % en données brutes, soit 1,7 % à données comparables. Cette évolution illustre la capacité de résistance du groupe dans un environnement difficile pour les groupes de Média et permet de confirmer les objectifs annoncés en mars dernier.

II - Perspectives

Pour Lagardère Active, l'absence de visibilité dans le domaine de la publicité s'est confirmée au second trimestre et interdit toujours de communiquer des objectifs de résultat pour l'année.

Pour Lagardère Publishing, l'évolution des ventes au second semestre 2009 devrait être pénalisée par une base de comparaison défavorable. En effet, le succès de la Saga Stephenie Meyer a été particulièrement sensible à partir de juillet 2008 avec une accélération au 4^{ème} trimestre.

Pour Lagardère Services, les tendances devraient être en ligne avec celles observées en début d'année avec une base de comparaison néanmoins plus favorable au 4^{ème} trimestre.

L'activité de Lagardère Sports devrait connaître une évolution toujours irrégulière suivant les trimestres mais faisant ressortir une quasi-stabilité à données comparables sur l'année.

Par ailleurs, Lagardère confirme ses objectifs de Résop^(**) Média fixés en mars 2009 :

Pour Lagardère Active, il est rappelé que :

- Chaque baisse de 1 % du chiffre d'affaires a un impact de - 8 M€ à - 10 M€ sur le Résop en année pleine et avant toute mesure d'économie, à laquelle s'ajoutent la hausse mécanique de certains coûts d'exploitation (environ 35 M€) et le maintien des efforts de préparation de l'avenir (environ 10 M€).
- Les réductions de coûts liées aux mesures déjà prises ainsi qu'aux mesures supplémentaires annoncées en mars dernier (One Step Further) devraient avoir un impact positif de 90 M€ en 2009. A fin juin, l'avancement du plan d'économie One Step Further est conforme aux prévisions.

Pour les autres activités, en dépit d'une récession plus forte qu'attendue, le groupe maintient son objectif de variation du Résop compris entre une stabilité et une baisse n'excédant pas 10 % et ceci compte tenu de parités de change constantes.

^(*) Résop : Résultat opérationnel des sociétés intégrées.

Lagardère est un groupe 100 % média (livre, presse, audiovisuel, numérique, travel retail et distribution de presse, économie du sport et droits sportifs) comptant parmi les leaders mondiaux de ce secteur. Le groupe Lagardère co-contrôle la société EADS dont il détient une participation de 7,5 %. Le marché de référence du titre Lagardère est Euronext Paris.

Avertissement :

Certaines déclarations figurant dans ce document ne se rapportent pas à des faits historiquement avérés, mais constituent des projections, estimations et autres données à caractère prévisionnel basées sur l'opinion des dirigeants. Ces déclarations traduisent les opinions et hypothèses qui ont été retenues à la date à laquelle elles ont été faites. Elles sont sujettes à des risques et incertitudes connus et inconnus à raison desquels les résultats futurs, la performance ou les événements à venir peuvent significativement différer de ceux qui sont indiqués ou induits dans ces déclarations.

Nous vous invitons à vous référer au Document de Référence de Lagardère SCA le plus récent déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers pour obtenir des informations complémentaires concernant ces facteurs, risques et incertitudes.

Lagardère SCA n'a aucunement l'intention ni l'obligation de mettre à jour ou de modifier les déclarations à caractère prévisionnel susvisées. Lagardère SCA ne peut donc être tenue pour responsable des conséquences pouvant résulter de l'utilisation qui serait faite de ces déclarations.

Contacts Presse

Thierry Funck-Brentano

tél. 01 40 69 16 34

tfb@lagardere.fr

Ramzi Khiroun

tél. 01 40 69 16 33

rk@lagardere.fr

Contact Relations Investisseurs

Virginie Banet

tél. 01 40 69 18 02

vbanet@lagardere.fr