

Information Trimestrielle – Premier trimestre 2010

Confirmation des premiers signes de reprise dans un environnement toujours difficile

Chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} trimestre 2010 de Lagardère SCA :

1 751 M€ soit - 1,5 % en données brutes et - 3,1 % à données comparables⁽¹⁾

-- Paris, le 11 mai 2010 --

Arnaud Lagardère : « Grâce à la diversité de nos activités et la force de nos marques, l'évolution du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2010 traduit la capacité du Groupe Lagardère à tirer profit des premiers signes de reprise. Malgré un environnement économique instable, les tendances actuelles sont encourageantes. Si elles se confirment au cours des prochains mois, nous n'excluons pas une révision des objectifs 2010. »

L'évolution des ventes à fin mars 2010⁽²⁾ traduit une amélioration sensible par rapport aux tendances enregistrées au 4^e trimestre 2009. Le chiffre d'affaires consolidé au 1^{er} trimestre 2010 s'élève à 1 751 M€ Il est en baisse de seulement 1,5 % (- 3,1 % à données comparables) par rapport au 1^{er} trimestre 2009 contre un recul de 4,6 % au 4^e trimestre 2009.

L'écart entre le chiffre d'affaires à données brutes et à données comparables s'explique par un effet change favorable de 18 M€ (hausse de certaines monnaies d'Europe de l'Est notamment) et un effet périmètre de 10 M€

Les évolutions marquantes du 1^{er} trimestre 2010 à données comparables sont :

- **Lagardère Publishing** – Si l'activité au 1^{er} trimestre 2010 est en recul de 5,9 % par rapport au 1^{er} trimestre 2009 en dépit de l'érosion attendue des ventes de Stephenie Meyer, elle est en revanche en croissance de 7,4 % par rapport à la même période de 2008. Cette évolution illustre la capacité de Lagardère Publishing à croître grâce à des gains substantiels de part de marché en particulier dans les pays anglo-saxons.
- **Lagardère Active** – Inversion de tendance. L'activité Magazines à données comparables enregistre une légère croissance de ses revenus publicitaires grâce à un bon mois de mars contre une baisse de 20 % au 4^e trimestre 2009. Les chiffres de diffusion marquent également une stabilisation. Les activités audiovisuelles renouent avec la croissance grâce à la production TV.
- **Lagardère Services** – Après quatre trimestres de baisse consécutifs, les ventes retrouvent une croissance positive de 1,9 % grâce à une hausse de plus de 3,5 % des activités de détail.
- **Lagardère Sports** – En l'absence de l'impact favorable de la Coupe du Monde de Handball et des matchs de qualification pour la Coupe du Monde de Football 2010 qui avaient soutenu l'activité au premier trimestre 2009, baisse anticipée des ventes à fin mars 2010.

⁽¹⁾ À périmètre et taux de change constants

⁽²⁾ Les variations indiquées pour le 1^{er} trimestre 2010 et le 4^e trimestre 2009 sont calculées par rapport à la même période de l'exercice précédent. Ce commentaire est valable pour l'ensemble du communiqué de presse.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation 2010/2009 brute	Variation 10/09 retraitée à données comparables ⁽¹⁾
	31.03.10	31.03.09		
LAGARDERE	1 751	1 778	(1,5 %)	(3,1 %)
• Lagardère Publishing	433	463	(6,5 %)	(5,9 %)
• Lagardère Active	407	399	1,9 %	0,5 %
• Lagardère Services	824	782	5,4 %	1,9 %
• Lagardère Sports	87	134	(35,2 %)	(34,6 %)

⁽¹⁾ À périmètre et taux de change constants

Lagardère Publishing

L'érosion attendue des ventes de la saga de Stephenie Meyer (*Breaking Dawn*, *New Moon*, *Twilight* et *Eclipse*), qui représentent sur les trois premiers mois de 2010 un quart de leur niveau du 1^{er} trimestre 2009, a eu un impact sensible sur l'évolution du chiffre d'affaires non seulement aux États-Unis mais également en France et en Grande-Bretagne. En France, cet impact est partiellement compensé par une légère hausse du chiffre d'affaires en éducation et une stabilisation des ventes de fascicules.

Le chiffre d'affaires à fin mars 2010 s'élève, ainsi, à 433 M€ (soit - 6,5 % en données brutes). Après une croissance exceptionnelle de 14,1 % à données comparables au 1^{er} trimestre 2009, Lagardère Publishing enregistre une baisse limitée à 5,9 % de son chiffre d'affaires à fin mars 2010.

Il est à noter que l'activité au 1^{er} trimestre 2010 est en croissance de 7,4 % par rapport à la même période de 2008 illustrant la remarquable performance du groupe hors impact de la baisse des ventes de Stephenie Meyer.

Le dynamisme des ventes de livres numériques est à souligner puisqu'elles représentent de l'ordre de 8 % du chiffre d'affaires aux États-Unis sur les trois mois de l'année. Bien que postérieur au 1^{er} trimestre 2010, on peut également noter que le groupe publie 4 des 8 premiers best-sellers disponibles sur l'iPad grâce aux ouvrages de David Baldacci, Scott Turow, James Patterson et Malcolm Gladwell.

Lagardère Active

L'évolution des ventes à fin mars reflète une inversion de tendance avec la confirmation des premiers signes de reprise du marché publicitaire mais aussi une légère amélioration de la diffusion presse magazine. Les ventes de Lagardère Active sont en hausse de 1,9 % sur les trois premiers mois de 2010 à 407 M€ (soit + 0,5 % à données comparables) contre un repli de 16,2 % au 4^e trimestre 2009.

Globalement, les ventes publicitaires de Lagardère Active sont quasiment stables à fin mars 2010 après une baisse de 20 % au 4^e trimestre 2009 et de 24 % sur l'ensemble de l'exercice 2009.

Le chiffre d'affaires publicitaire des Magazines est en légère hausse à périmètre de titres comparable. Les tendances du chiffre d'affaires publicitaire en France reflètent une amélioration par rapport à fin 2009 avec une hausse proche de 2 % au 1^{er} trimestre 2010. Si le chiffre d'affaires publicitaire de la Presse Magazine Internationale est encore en léger recul, l'évolution est en très nette amélioration par rapport à celle du 4^e trimestre 2009 où la baisse avait été de l'ordre de 25 %. A périmètre de titres comparable, les ventes publicitaires sont même en légère croissance et ceci compte tenu d'une progression en Espagne, en Grande-Bretagne et surtout en Chine et en Russie.

La diffusion est en légère hausse, contre un repli d'environ 5 % à périmètre de titres comparable au dernier trimestre 2009.

La baisse de la Radio en France est moins marquée qu'au dernier trimestre 2009 grâce à la bonne performance d'Europe 1 tandis que le réseau à l'International affiche dorénavant une évolution proche de celle de la France.

Le chiffre d'affaires de Lagardère Entertainment a, par ailleurs, augmenté très fortement en raison de la livraison de nombreux programmes sur les trois premiers mois de l'année.

Lagardère Services

Les ventes de la branche sont en hausse de 5,4 % sur le 1^{er} trimestre 2010, soit + 1,9 % à données comparables, à 824 M€. Elles bénéficient d'un effet change positif de 24 M€ qui découle en majeure partie de la hausse du Dollar australien, du Zloty polonais et du Forint hongrois.

Les activités de détail (deux-tiers des ventes de Lagardère Services) sont, à données comparables, en hausse de plus de 3,5 % tandis que les activités de distribution de presse sont en très légère baisse (contre respectivement + 1,0 % et - 5,8 % au 4^e trimestre 2009).

- Aelia enregistre une croissance d'environ 5,0 % de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2010. La reprise du trafic aérien a eu un impact favorable sur les activités de détail en aéroport tant en France qu'à l'International. Les ventes de Relay France sont également très dynamiques avec une progression de près de 6,0 % à fin mars 2010.
- On constate un retour à la croissance dans la quasi-totalité des pays européens ainsi qu'en Asie-Pacifique.

Les activités de distribution sont en léger repli avec des tendances sensiblement équivalentes en Europe et aux États-Unis.

Lagardère Sports

Après un 1^{er} trimestre 2009 dynamique, Lagardère Sports affiche une baisse de ses ventes de 35,2 % à fin mars 2010 (soit - 34,6 % à données comparables) à 87 M€.

Un calendrier sportif peu favorable avec la non récurrence de l'impact favorable de la Coupe du Monde de Handball et des matchs de qualification pour la Coupe du Monde de Football 2010 explique cette évolution.

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 et que la seconde partie de l'année devrait être plus favorable.

II - Faits marquants impactant la situation financière et les résultats de Lagardère SCA

Résultat avant charges financières et impôts

- L'évolution du Résultat opérationnel courant des sociétés intégrées (Résop) à fin mars est traditionnellement peu significative en raison du faible niveau de facturation enregistré en début d'année, et ceci particulièrement chez Lagardère Publishing. Le Résop du 1^{er} trimestre 2010 devrait être proche de celui de la même période de 2009, le recul du Résop chez Lagardère Publishing étant compensé par le redressement observé chez Lagardère Active et Lagardère Services.
- Aucun élément non récurrent n'est intervenu au cours du 1^{er} trimestre 2010 étant rappelé que la même période de 2009 avait bénéficié de la plus-value réalisée à l'occasion de la cession de 2,5 % d'EADS.

Charges financières nettes

L'évolution des charges financières nettes reflète la réduction des frais financiers liée au remboursement de la dernière tranche de l'ORAPA qui a eu lieu le 24 mars 2009. A l'inverse, l'emprunt obligataire à taux fixe, émis en octobre 2009, a augmenté le coût moyen de la dette du groupe.

Endettement net

L'endettement financier net du groupe au 31 mars 2010 est sensiblement équivalent à celui affiché au 31 décembre 2009.

Principaux événements intervenus au cours du 1^{er} trimestre 2010

• Lagardère Active et Bolloré Media en négociation exclusive pour la cession de Virgin 17

Le 18 mars 2010, Bolloré Média et le groupe Lagardère Active sont entrés en négociation exclusive visant à la cession de la chaîne de la TNT gratuite Virgin 17.

Le projet de cession sera conclu après l'examen des autorités compétentes.

• Lagardère Active a lancé *Be*, une nouvelle marque média globale

Le 17 mars 2010, Lagardère Active a lancé *Be*, la première marque média globale 360°. C'est une marque générationnelle, haut de gamme, féminine à destination des jeunes trentenaires.

Elle est l'aboutissement d'une démarche de « brand management », initiée il y a 2 ans, qui consiste à se concentrer sur des segments marketing sur lesquels Lagardère Active est en situation de leader et à y déployer des marques, sur l'ensemble des supports et des médias.

• Hachette Livre annonce le nouveau titre de la saga *Twilight* de Stephenie Meyer : *L'appel du sang - la seconde vie de Bree Tanner*

Un roman spin-off de *Hésitation* sera en librairie le 5 juin 2010. Ce roman est né de la nouvelle que Stephenie Meyer préparait pour le "Guide officiel de la saga *Twilight*".

L'appel du sang - la seconde vie de Bree Tanner est un roman raconté du point de vue de Bree, un des personnages qui apparaît dans *Hésitation*. Le roman sera mis en vente en France le samedi 5 juin 2010 avec un premier tirage de 500 000 exemplaires.

III - Perspectives

Les évolutions observées depuis quelques semaines renforcent notre confiance quant à la capacité du groupe à atteindre l'objectif fixé en mars dernier d'une baisse de l'ordre de 10 % du Résop Médias.

- **Lagardère Publishing** : Après le succès des quatre premiers volumes de *Twilight*, l'annonce par Stephenie Meyer de la publication de son 5^e volume *La Seconde et brève vie de Bree Tanner* représente une bonne nouvelle. De plus, le développement du livre numérique, notamment avec l'arrivée de l'iPad, pourrait avoir un impact très légèrement favorable sur le Résop 2010.
- **Lagardère Active** : Les évolutions observées sur le marché publicitaire depuis le mois de mars incitent à une plus grande confiance. Ainsi, une légère croissance du chiffre d'affaires publicitaire en 2010 n'est pas à exclure.
- **Lagardère Services** : La reprise du trafic aérien est un facteur positif. L'éruption du volcan islandais Eyjafjöll, qui a paralysé pendant plusieurs jours les transports aériens européens, aura bien entendu un impact négatif mais sans remettre en cause les objectifs annuels de la branche.
- **Lagardère Sports** : Les évolutions à fin mars ne remettent pas en cause les objectifs annuels.

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 marché de référence du titre Lagardère est Euronext Paris (Compartiment A).

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