

Dans un environnement économique dégradé, le groupe Spir Communication a réalisé un chiffre d'affaires de 492,1 M€ sur les neuf premiers mois de 2008, en hausse de 3,9%. La croissance organique s'est établie à 2,6% sur la période. Les activités à l'international ont progressé de 34,7% à fin septembre 2008 pour atteindre 18,2 M€.
Au 3^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires réalisé par le groupe s'élève à 140,5 M€ en progression de 2,0%.

(En M€)	2007	2008	▲
Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre	137,8	140,5	+2,0%
Chiffre d'affaires 9 mois	473,4	492,1	+3,9%
dont France	459,9	473,9	+3,0%
dont International	13,5	18,2	+34,7%

PÔLE CLASSIFIED

CA 9 mois 2008 : 261,0 M€ +1,5%

Le pôle Classified enregistre sur les 9 premiers mois de l'exercice une croissance de 1,5%, la forte progression des activités Web ayant compensé le recul des activités Print. Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires du pôle Classified a baissé de 3,7% en raison de la décroissance de la presse gratuite d'annonces. Le chiffre d'affaires réalisé à l'international a progressé de près de 40% au 3^{ème} trimestre 2008 avec la même dynamique des ventes pour l'ensemble des pays.

PRINT : CA 9 mois 2008 226,9 M€ -2,5%

Dans un contexte économique particulièrement difficile pour tous les segments (généraliste / immobilier / automobile), les activités Print ont enregistré un recul de 7% au 3^{ème} trimestre 2008. Afin d'adapter ses produits aux évolutions de marché, accentuées par la détérioration de l'environnement économique actuel, le groupe a engagé un programme d'actions structurelles qui se traduit d'ores et déjà par l'adaptation des tirages, l'optimisation du mode de distribution et la fermeture de quelques titres non rentables.

WEB : CA 9 mois 2008 34,1 M€ +38,7%

Les activités Web restent très dynamiques avec une progression de +38,7% sur les 9 premiers mois de l'exercice, malgré un rythme de croissance moins soutenu au 3^{ème} trimestre (+20%). Les segments Immobilier et Automobile affichent de bonnes performances au 3^{ème} trimestre alors que le segment des Petites Annonces Généralistes via *topannonces.fr* est toujours en phase de construction sur un marché fortement concurrentiel et très atomisé. Dans ce contexte, le site *leboncoin.fr* confirme la pertinence de son positionnement avec plus de 3,5 millions d'annonces en ligne et 4 millions de visiteurs uniques mensuels. Ce succès d'audience permet au site de monétiser ses offres et d'atteindre l'équilibre plus rapidement que prévu. Les activités Web représentent 13,1% du chiffre d'affaires du pôle Classified à fin septembre 2008.

Dans un environnement économique difficile, le groupe Spir Communication a pour objectif de réaliser une croissance de chiffre d'affaires comprise entre 2 et 3% sur l'ensemble de l'exercice 2008.

ACTEUR GLOBAL DE LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ

PÔLE MAIL

CA 9 mois 2008 : 231,1 M€ +6,9%

Le pôle Mail réalise sur les 9 premiers mois de l'exercice une croissance de 6,9% grâce à l'accélération de son chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre de +8,6%. Le groupe a bénéficié du dynamisme de l'activité de Distribution Non Adressée tandis que le développement des offres *Adrexo Colis & Services* s'est poursuivi.

DISTRIBUTION NON ADRESSÉE : CA 9 mois 2008 188,1 M€ +7,4%

L'accélération de l'activité de Distribution Non Adressée au 3^{ème} trimestre s'est traduite par une hausse de 11,2% de son chiffre d'affaires. Dans des conditions économiques dégradées, cette performance reflète la pertinence et l'efficacité de l'imprimé sans adresse auprès de la clientèle des annonceurs. Forte d'un réseau national de 246 centres de distribution couvrant plus de 24 millions de boîtes aux lettres, la société Adrexo a notamment bénéficié d'une forte progression des volumes auprès des grands comptes.

DISTRIBUTION ADRESSÉE : CA 9 mois 2008 43,0 M€ +4,7%

L'activité de distribution de colis enregistre une croissance de 4,7% de son chiffre d'affaires à fin septembre 2008. Adrexo poursuit son développement sur ce segment d'activité par la prospection de nouveaux clients, en particulier auprès des acteurs du e-commerce.

