



## Information Trimestrielle – Troisième trimestre 2009

### Confirmation des objectifs 2009

**Chiffre d'affaires consolidé au 30 septembre 2009 de Lagardère SCA :  
- 3,7 % en données brutes et - 3,9 % en données comparables<sup>(1)</sup>.**

Paris, le 05 novembre 2009

Au 30 septembre 2009, le chiffre d'affaires consolidé de Lagardère SCA s'élève à 5 820 M€, soit une baisse de 3,7 % en données brutes et de 3,9 % à données comparables.

L'écart entre le repli à données brutes et à données comparables est relativement limité. L'effet positif des variations de périmètre (93 M€), lié pour l'essentiel à l'intégration globale de WSG à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009, est compensé par un effet de change défavorable de 84 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 en données comparables du 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 sont :

- **Lagardère Publishing** – Ventes toujours en forte progression en dépit d'une base de comparaison élevée. Activité tirée par une très bonne rentrée littéraire en France et par une croissance à deux chiffres aux États-Unis malgré le ralentissement du phénomène Stephenie Meyer.
- **Lagardère Active** – Rythme de contraction du chiffre d'affaires quasi-équivalent à celui constaté à fin juin 2009. Evolution plus favorable pour l'Audiovisuel que pour la Presse mais toujours très contrastée selon les pays. Chiffre d'affaires publicitaire en baisse d'environ 25 % compte tenu d'une dégradation pour les magazines en France et la Radio à l'international, partiellement compensée par une amélioration de tendance pour la Radio en France.
- **Lagardère Services** – Tendances semblables à celles observées à fin juin 2009. Baisse du chiffre d'affaires en distribution de presse légèrement supérieure à 8,0 % (- 6,5 % hors fermeture de l'activité en Pologne) et stabilité de l'activité de détail.
- **Lagardère Sports** – Baisse sensible des ventes compte tenu d'une base de comparaison et d'un calendrier sportif moins favorables qu'au 3<sup>ème</sup> trimestre 2008 et d'un ralentissement de l'activité en Europe.

Le groupe confirme son objectif de variation du Résultat Opérationnel courant<sup>(2)</sup> (Résop) hors Lagardère Active compris entre une stabilité et une baisse n'excédant pas 10 % et ceci compte tenu de parités de change constantes. En dépit d'un environnement économique toujours très difficile, l'objectif du groupe est désormais d'atteindre la partie supérieure de cette fourchette.

(1) À périmètre et taux de change constants.

(2) Résultat opérationnel courant ou Résop : avant contribution des sociétés mises en équivalence

	Chiffre d'affaires (M€)				Variation 2009/2008 brute	Variation 09/08 retraitée à données comparables
	31.03.09	30.06.09	30.09.09	30.09.08		
<b>LAGARDERE</b>	<b>1 778,1</b>	<b>3 720,0</b>	<b>5 819,8</b>	<b>6 042,0</b>	<b>(3,7 %)</b>	<b>(3,9 %)</b>
- Lagardère Publishing	462,8	1 009,1	1 693,7	1 563,4	8,3 %	8,8 %
- Lagardère Active	399,2	831,2	1 226,1	1 516,4	(19,1 %)	(17,9 %)
o Presse	310,0	633,3	939,8	1 176,4	(20,1 %)	(19,1 %)
o Audiovisuel	89,2	197,9	286,3	340,0	(15,8 %)	(13,5 %)
- Lagardère Services	782,4	1 618,9	2 516,6	2 613,3	(3,7 %)	(2,5 %)
- Lagardère Sports	133,7	260,8	383,4	348,9	9,9 %	(12,0 %)

## I - Activité

### Lagardère Publishing

Le chiffre d'affaires s'élève à fin septembre 2009 à 1 694 M€, en hausse de + 8,3 % en données brutes, soit + 8,8 % à données comparables. Les ventes sont toujours en progression de 5,1 % à données comparables au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009.

Par zone géographique, on peut noter les évolutions suivantes au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 :

- Aux États-Unis, le rythme de croissance des ventes est resté très soutenu durant l'été puisqu'il atteint plus de 15 % et ceci en dépit d'une base de comparaison particulièrement élevée puisque le succès de la saga de Stephenie Meyer (*Breaking Dawn, New Moon, Twilight et Eclipse*) avait débuté en juillet 2008. Cette progression résulte principalement du succès des ouvrages d'Edward Kennedy (*True Compass*), de Uwem Akpan (*Say you're one of them*), de Kaylie Jones (*Lies my Mother never told me*) ou encore de Malcolm Gladwell (*Outliers*).
- Les ventes au Royaume-Uni continuent de croître alors que l'Espagne connaît un tassement de sa performance du fait, principalement, de la baisse des ventes en Education.
- En France, la rentrée littéraire a été très satisfaisante avec plusieurs succès tels que les ouvrages de Justine Lévy (*Mauvaise fille*, Stock), de Frédéric Beigbeder (*Un roman français*, Grasset), d'Alexandre Jardin (*Quinze ans après*, Grasset), de Françoise Sagan (*Toxique*, Stock), de Sylvie Brunel (*Manuel de guérilla à l'usage des femmes*, Grasset) ou encore d'Antony Beevor (*Le D-Day*, Calmann-Lévy). Cette évolution des ventes illustre un net retournement de tendance au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009.
- Enfin, les Fascicules enregistrent une amélioration de tendance et ceci principalement en France et au Japon.

### Lagardère Active

Les ventes de la branche sont en baisse de 19,1 % à données brutes à 1 226 M€, soit un recul en données comparables de 17,9 %, tendance équivalente à celle affichée à fin juin (- 17,7 % à données comparables).

Le rythme de baisse des ventes, hors effet des titres fermés ou cédés, est du même ordre que celui constaté au cours des six premiers mois de l'année. Ainsi, les tendances observées au second trimestre 2009 pour la presse magazine se confirment avec une stabilisation de la baisse à

l'International et une dégradation en France. Pour la Radio, les évolutions sont peu homogènes par zones géographiques avec une détérioration à l'International et à contrario une amélioration en France tirée par les bons résultats d'Europe 1.

Les activités numériques atteignent 7,3 % des ventes de Lagardère Active à fin septembre 2009 (contre 6,2 % au 30 septembre 2008) et sont donc conformes à l'objectif de 5 % à 10 % des ventes en 2009.

## **Presse**

Les ventes de la division Magazines sont en baisse de 20,1 % en données brutes, soit - 19,1 % à données comparables à fin septembre et s'établissent à 940 M€.

Les principales tendances publicitaires au troisième trimestre 2009 sont :

- Une contraction de la Presse Magazine France légèrement inférieure à celle observée à l'International. La dégradation en France au troisième trimestre 2009 découle principalement d'une baisse des investissements publicitaires de la part des annonceurs du secteur de la mode qui a lourdement pesé sur les ventes du mois de septembre.
- Une stabilisation de tendance pour la Presse Magazine à l'International avec une baisse qui reste de l'ordre de 30 %. Les évolutions sont peu homogènes par zones géographiques. Les Etats-Unis, et surtout l'Espagne, enregistrent des tendances moins négatives qu'au 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 compte tenu d'une base de comparaison plus favorable. Dans les autres pays, pas de modification sensible de tendance. Les parts de marché sont en légère progression dans l'ensemble des pays, surtout pour les féminins, premier secteur d'activité du groupe.

Concernant la diffusion, les ventes sont en baisse d'environ 5 % au troisième trimestre 2009 à périmètre de titres comparables, niveau comparable à celui de fin juin 2009, avec des situations toujours contrastées selon les zones géographiques. La situation reste plus favorable en France, où le groupe continue à gagner des parts de marché.

## **Audiovisuel**

Le chiffre d'affaires réalisé par les activités audiovisuelles s'établit à 286 M€, en baisse de 15,8 % à fin septembre 2009, soit - 13,5 % à données comparables (contre - 15,0 % à fin juin). On peut donc noter une amélioration au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 (- 9,9 % à données comparables) liée en grande partie à un effet base de comparaison.

### • Radio

En France, les ventes sont en baisse de seulement 5 % au troisième trimestre reflétant une très nette amélioration par rapport à fin juin 2009 puisque le chiffre d'affaires publicitaire était alors en baisse de plus de 15 %. La performance d'Europe 1, en croissance au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009, reste nettement supérieure à celle des radios musicales RFM et Virgin Radio qui enregistrent une baisse à deux chiffres. A fin septembre, le réseau à l'International affiche une tendance proche de celle observée à fin juin 2009, en contraction de plus de 20 %.

### • Télévision

Le rythme de diminution des ventes de la Télévision se réduit au 3<sup>ème</sup> trimestre compte tenu du redressement des livraisons des œuvres audiovisuelles, et plus particulièrement de certaines séries télévisées, chez Lagardère Entertainment. L'évolution des recettes publicitaires sur la TNT reste en croissance légère.

## **Lagardère Services**

Les ventes de la branche sont en baisse de 2,5 % à données comparables à fin septembre 2009 (- 3,7 % en données brutes), à 2 517 M€. Le rythme de baisse est donc proche à celui affiché à fin

juin. Par rapport au 30 septembre 2008, la branche supporte un effet de change négatif de 60 M€ qui découle en majeure partie de la hausse de 28 % du taux moyen de l'Euro par rapport au Zloty polonais et de 14 % par rapport au Forint hongrois.

Les activités de détail (deux-tiers des ventes de Lagardère Services), soutenues par l'ouverture de nouveaux points de vente, sont stables tandis que les activités de distribution de presse sont en baisse de plus de 8 %, soit - 6,5 % hors effet de la fermeture de l'activité en Pologne.

- Pénalisé par la baisse du trafic aérien, Aélia enregistre une diminution de son chiffre d'affaires qui s'est légèrement accélérée au troisième trimestre 2009. A contrario, le léger redressement des ventes de Relay France observé au second trimestre se confirme, et ceci malgré un marché de la presse toujours déprimé.
- Les activités de détail affichent les mêmes tendances que sur les six premiers mois de l'année : croissance à deux chiffres en Roumanie grâce au développement des réseaux, progression limitée en Allemagne et en République Tchèque, ventes en baisse en Hongrie. En Espagne, bien que toujours négative, la tendance est plus favorable qu'à fin juin 2009.

Les activités de distribution de presse continuent d'être en baisse principalement aux Etats-Unis et en Espagne. La baisse est moins marquée dans le reste de l'Europe.

## **Lagardère Sports**

Lagardère Sports affiche une croissance de ses ventes à fin septembre de + 9,9 % à 383 M€, soit une baisse de 12 % à données comparables. L'écart entre la variation à données brutes et à données comparables découle essentiellement de la consolidation par intégration globale de WSG à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009.

Comme attendu les ventes sont en baisse à données comparables au troisième trimestre 2009 du fait d'une base de comparaison particulièrement élevée (+ 31 % à données comparables au 3<sup>ème</sup> trimestre 2008) tenant aux événements sportifs de cette période (principalement l'Euro 2008). On note, par ailleurs, au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 un durcissement des conditions de marché en Europe se traduisant par une baisse de certains droits médias (en particulier au Royaume-Uni) et des contrats de sponsoring.

## **II - Faits marquants au 30 septembre 2009 impactant la situation financière et les résultats de Lagardère SCA**

### **Résultat avant charges financières et impôts**

- Compte tenu de l'évolution du chiffre d'affaires consolidé en données brutes, le résultat opérationnel des sociétés intégrées de Lagardère Média est en baisse à fin septembre 2009. La réduction des ventes chez Lagardère Active n'est en effet que partiellement compensée par les mesures de réduction de coûts détaillées en mars dernier. Pour les autres activités, on peut noter que si Lagardère Publishing affiche une avance importante sur son budget, la situation est moins favorable chez Lagardère Services et Lagardère Sports.
- La contribution d'EADS est retenue au niveau du résultat des sociétés mises en équivalence à hauteur de 10,0 % jusqu'en mars 2009. Ce pourcentage est réduit à 7,5 % sur le reste de l'année à la suite de la livraison à Natixis le 24 mars 2009 des titres correspondant à l'échéance de la dernière tranche des obligations remboursables en actions EADS (ORAPA).

- Les éléments non récurrents sont composés pour l'essentiel de la plus-value réalisée à l'occasion de la cession des titres EADS, des charges de restructurations chez Lagardère Active et de la dépréciation de certains actifs incorporels.

#### □ **Charges financières nettes**

La baisse des charges financières reflète la réduction des charges liées à l'ORAPA EADS compte tenu de son remboursement en mars dernier associée à l'impact de la baisse des taux d'intérêt.

#### □ **Endettement net**

L'endettement net du groupe est impacté, entre autres, par quelques éléments notables :

- Le versement des dividendes (194 M€).
- Le produit de cession des titres EADS en remboursement du dernier tiers de l'ORAPA (664 M€).

#### □ **Autres éléments notables au cours du troisième trimestre 2009**

Aucune division n'a réalisé d'acquisition significative au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre 2009.

#### **Rapport du rapporteur de la commission des sanctions de l'AMF**

Dans le cadre de la procédure mise en œuvre par l'AMF à la suite de l'enquête relative aux titres EADS, l'avis du rapporteur de la commission des sanctions de l'AMF rendu le 28 juillet 2009, conclut à la mise hors de cause complète du Groupe Lagardère.

#### **Succès de l'émission obligataire**

Le 24 septembre 2009, le Groupe a lancé et fixé les termes de sa première émission obligataire publique d'un montant total de 1 milliard d'euros à 5 ans (échéance 2014) avec un coupon annuel de 4,875 %. Cette émission permet à Lagardère SCA de diversifier ses sources de financement et d'allonger la durée moyenne de son endettement. Le produit de cette émission sera en priorité affecté au remboursement du crédit syndiqué à échéance 2012.

### **III - Perspectives**

Compte tenu d'un effet de base plus favorable (moindre croissance de l'activité enregistrée au 4<sup>ème</sup> trimestre 2008), la baisse des ventes attendue sur le dernier trimestre 2009 pourrait être inférieure à celle constatée à fin septembre.

Pour Lagardère Publishing, contrairement aux autres divisions du groupe, la base de comparaison va être particulièrement difficile, les ventes ayant cru de près de 6,0 % à données comparables au 4<sup>ème</sup> trimestre 2008 en raison du succès de la saga Stephenie Meyer. Si les perspectives de la branche restent bonnes pour le 4<sup>ème</sup> trimestre 2009 compte tenu de la sortie en France du nouveau Dan Brown ou encore d'Astérix, le rythme de croissance devrait se ralentir sensiblement.

Pour Lagardère Active, la visibilité reste très réduite. Il est à prévoir que la tendance baissière observée au 3<sup>ème</sup> trimestre 2009 se confirme. Néanmoins, la baisse pourrait être un peu moins marquée en fin d'année compte tenu d'une base de comparaison plus favorable.

Pour Lagardère Services, l'effet base sera plus favorable tandis que le redressement du trafic aérien pourrait favoriser un léger redressement du rythme de progression des ventes en particulier en Asie.

Lagardère Sports devrait connaître une fin d'année difficile compte tenu des tensions sur le marché des droits médias en Europe (effet secondaire de la faillite de Sétanta) et, dans une moindre mesure, sur celui du sponsoring.

Compte tenu de ces différents éléments, 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 publicitaire a un impact de - 8 M€ à - 10 M€ sur le Résop en année pleine et avant toute mesure d'économie, auquel 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 d'au moins 90 M€ en 2009. A fin septembre, l'avancement du plan d'économie One Step Further est légèrement en avance sur les prévisions.

Pour les autres activités, le groupe confirme 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. En dépit d'un environnement économique toujours très difficile, l'objectif du groupe est désormais d'atteindre la partie supérieure de cette fourchette.

*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.*

### **Contacts Presse**

Thierry Funck-Brentano	tél. 01 40 69 16 34	<a href="mailto:tfb@lagardere.fr">tfb@lagardere.fr</a>
Ramzi Khiroun	tél. 01 40 69 16 33	<a href="mailto:rk@lagardere.fr">rk@lagardere.fr</a>

### **Contact Relations Investisseurs**

Virginie Banet	tél. 01 40 69 18 02	<a href="mailto:vbanet@lagardere.fr">vbanet@lagardere.fr</a>
----------------	---------------------	--