



## SOMMAIRE

- ☞ **p 02 EADS**  
Hommage à Jean-Luc Lagardère
- ☞ **p 02 CORPORATE**  
Lagardère SCA
- ☞ **p 03 TABLEAU DE BORD**  
Résultats annuels 2002
- ☞ **p 04 à 06 LAGARDÈRE MEDIA**
- ☞ **p 07 EADS**  
Résultats annuels 2002
- ☞ **p 07 AUTOMOBILE**  
Cession de la participation dans Renault  
Arrêt de la production de l'Avantime
- ☞ **p 08 CARNET DE L'ACTIONNAIRE**  
L'Action Lagardère ; Assemblée Générale des Actionnaires ;  
Rencontres avec les actionnaires individuels ;  
Comité Consultatif des Actionnaires

## “C'EST AVEC DÉTERMINATION QUE JE POURSUIVRAI SON CHEMIN”

**Arnaud Lagardère a tenu à honorer -en dépit du deuil qui l'a frappé- un engagement pris de longue date : la présentation aux analystes et à la presse des résultats 2002 du groupe. Extraits de l'hommage qu'il a rendu à son père.**

“Nous avons été extrêmement touchés, et nous n'avons pas été les seuls, par l'hommage absolument unanime que vous avez rendu à Jean-Luc Lagardère. (...) Vous l'avez magnifiquement dit, c'était un hommage unanime pour un homme immense, qui était parti de rien. C'est une des traces indélébiles qu'il a laissées et qui font partie de l'identité, de la culture de notre groupe. Soyez certains que cette qualité-là, ce goût du challenge, ce goût et ce sens du rebond sont tellement ancrés dans l'identité de l'entreprise Lagardère qu'ils y resteront à jamais.

Une trajectoire absolument exceptionnelle, je crois qu'on peut le dire, et des qualités humaines très rares, en tout cas dans le genre de métier que nous faisons, très rares à ce niveau de responsabilité. C'est une constance qu'il a eue tout au long de sa vie, qu'il a imprimée fortement à l'intérieur de son groupe et que beaucoup de personnes, si ce n'est toutes les personnes, qui font partie du Groupe Lagardère, ont au fond d'elles-mêmes, et que, pour ma part, j'ai bien évidemment.

Vous l'avez compris, je ne suis pas le seul à être orphelin. Beaucoup de gens le sont, tous les salariés de son entreprise, tous ses amis bien sûr, et plus particulièrement des gens qui ont contribué à ses côtés à la réussite de son entreprise. (...)

Après un peu plus de quarante années de vie commune, il me reste une très grande ambition, que je ferai vivre avec détermination, sans aucun état d'âme, mais toujours avec le même esprit que Jean-Luc Lagardère, celle de continuer à construire l'œuvre qu'il avait débutée et qu'il n'a pas pu terminer. Mais il le disait lui-même, ce n'est jamais terminé. Il a mis en place toutes les structures, toutes les personnes qui pourraient lui survivre -cela faisait longtemps qu'il préparait ce moment sans bien évidemment y songer. C'est donc avec détermination que je poursuivrai son chemin, encore une fois sans aucun état d'âme, mais avec le même esprit. L'esprit d'indépendance. Vous avez vu l'hommage unanime de toute la classe politique (...) : du Parti communiste à la droite, c'est un vrai symbole. (...) Cette indépendance fait que ce groupe est un peu différent des autres, c'est un groupe qui sait rebondir dans les moments difficiles. (...)

C'était quelqu'un qui aimait, comme moi, faire des choses qui comptent et qui soient importantes pour son pays. C'était un immense patriote, je suis un immense patriote. Je puis vous dire que depuis 1998, aucune des décisions qu'il a prises ne l'a été sans que nous en parlions et sans que nous ayons ensemble un consensus. (...)

Je vous citerai simplement une phrase que mon père m'avait laissée sur un petit papier il y a un certain temps : “Chacun agit en toute liberté, écoutant sa conscience, et c'est bien ainsi.” J'agirai donc en toute liberté, en écoutant ma conscience, et ce sera bien ainsi.”

Comme Lagardère Media, EADS est sous le choc de la disparition de son président. Les dirigeants d'EADS rendent hommage à Jean-Luc Lagardère.

“Pour le personnel d'EADS, Jean-Luc a représenté le symbole, le modèle et l'âme de l'aéronautique européenne. Il a joué un rôle clé dans tous les développements majeurs de l'activité ces quarante dernières années en Europe. Il a rassemblé les forces nécessaires pour lancer l'A380, qui sera l'avion le plus moderne et le plus innovant, en ce début du XXI<sup>ème</sup> siècle”, ont déclaré les CEOs du groupe, Philippe Camus et Rainer Hertrich.

Jean-Luc Lagardère, un des leaders les plus importants de l'industrie aérospatiale, était en même temps un visionnaire : il avait commencé sa carrière en 1952 aux Avions Marcel Dassault et avait rejoint Matra en 1963, lui donnant par la suite toute sa croissance et sa diversification.

Pour Manfred Bischoff, Chairman d'EADS, parlant au nom du conseil d'administration : “Jean-Luc était l'un des leaders industriels de sa génération. Il était simplement un grand homme, un grand entrepreneur, un leader hors du commun, un grand meneur d'hommes avec des qualités personnelles uniques de courage. Il était l'un des rares hommes à savoir allier un réel esprit européen tout en préservant les intérêts nationaux en matière de défense et donner à ces projets la dimension et l'identité européennes. Nous tous -et moi personnellement- avons perdu un grand ami.”

Jean-Luc Lagardère a été l'un des tout premiers à imaginer et créer des sociétés européennes, coopérant d'abord, comme

ce fut le cas avec le groupement spatial MESH (Matra Erno Saab Hawker-Siddeley) en 1968, puis fusionnant les entreprises pour donner naissance à des sociétés européennes comme Matra Marconi Space en 1990, puis Matra BAe Dynamics. Il a ouvert la voie à l'intégration européenne dans le domaine de l'aéronautique et de la défense en 1998, avec la fusion de Matra Hautes Technologies et Aerospatiale, puis avec la création d'EADS, en juillet 2000. “Dès le début, il était clair pour lui que l'avenir de notre industrie était l'intégration européenne et la participation à la compétition mondiale” a déclaré Manfred Bischoff. “Son nom sera toujours associé à la création d'EADS, au lancement de l'A380 et à l'intégration de la société Airbus.”

Pour les présidents exécutifs Philippe Camus et Rainer Hertrich : “Jean-Luc Lagardère est et restera un exemple pour chacun d'entre nous à EADS. Il nous a apporté son soutien sans faille dans la conduite de l'entreprise durant ces premières années particulièrement intenses. Ses qualités remarquables de leader ont été notre référence. Il est le symbole de la vocation d'EADS dans toutes ses dimensions stratégiques et industrielles qui vont de la recherche de l'excellence et de la supériorité technologique à la coopération internationale la plus ambitieuse. Son nom restera indissociable de l'histoire de l'industrie mondiale. Sa sagesse et sa clairvoyance nous manqueront.”

## CORPORATE

## Lagardère SCA



## Nomination d'Arnaud LAGARDERE

Le Conseil de Surveillance de LAGARDERE SCA, réuni le 26 mars, a approuvé la décision soumise à son accord par la société ARCO, Gérant Commandité, de nommer Monsieur Arnaud LAGARDERE comme Gérant de la société, fonction que celui-ci exerçait jusqu'alors en tant que représentant d'ARCO, et qu'il exercera désormais à titre personnel. La Gérance est donc confiée, à effet de ce jour, à deux gérants : Arnaud LAGARDERE et la société ARCO, dont le Président-Directeur Général est Philippe CAMUS.

La désignation de Monsieur Arnaud LAGARDERE comme Associé Commandité sera, par ailleurs, inscrite à l'ordre du jour de la prochaine Assemblée Générale des actionnaires, convoquée pour le 13 mai prochain, Arnaud LAGARDERE, devenant, en cette qualité, responsable sur ses biens propres de façon illimitée, comme l'était son père.

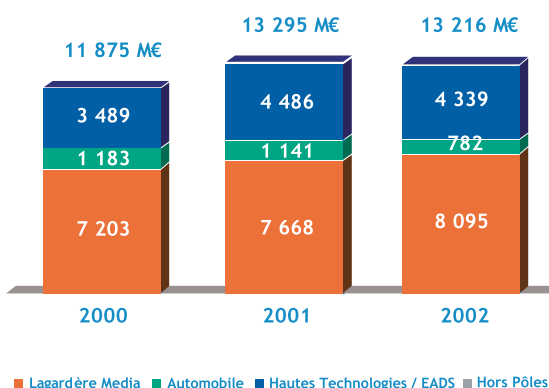
## Désignation d'Arnaud LAGARDERE en tant que Président du Conseil d'Administration d'EADS

Le Conseil d'Administration d'EADS s'est réuni le 28 mars 2003 pour entériner, à l'unanimité de ses membres présents ou représentés, la désignation de Monsieur Arnaud LAGARDERE en tant que Président du Conseil d'Administration d'EADS, avec effet lors de sa désignation comme administrateur par la prochaine Assemblée Générale d'EADS qui devrait se tenir le 6 mai prochain.

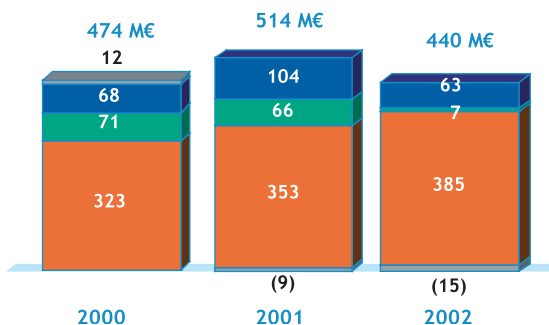
Lors du Conseil d'Administration qui s'était tenu le 27 mars 2003 sous la présidence de Monsieur Philippe PONTET, la Société de Gestion de l'Aéronautique de la Défense et de l'Espace "SOGEADE" (qui regroupe, sur une base paritaire, les intérêts de l'Etat français et de LAGARDERE, soit environ 30 % du capital au total, dans le groupe EADS), avait désigné Monsieur Arnaud LAGARDERE pour succéder à Monsieur Jean-Luc LAGARDERE dans les fonctions d'administrateur et de Président du Conseil d'Administration d'EADS. Il est rappelé que l'autre Président du Conseil d'Administration d'EADS est Monsieur Manfred BISCHOFF, désigné par le groupe DAIMLERCHRYSLER (qui détient également environ 30 % du capital d'EADS). Les deux Présidents Exécutifs d'EADS sont Messieurs Philippe CAMUS et Rainer HERTRICH.

## LE RESULTAT D'EXPLOITATION 2002 DE LAGARDERE MEDIA S'ELEVE A 385 M€, SOIT UNE PROGRESSION DE 15,6 %

### Chiffre d'affaires par activité



### Résultat d'exploitation par activité



**CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ.** Il s'établit à 13.216 M€ (contre 13.295 M€ en 2001).

- Le chiffre d'affaires de **Lagardère Media** s'élève à 8.095 M€, en progression de 7,8 % à données comparables (5,6 % en données brutes). Cette croissance s'explique, notamment, par les très bonnes performances réalisées par "Hachette Distribution Services", "Lagardère Active" et "Hachette Livre".

- Matra Automobile** affiche une baisse de 31,4 %. *L'Espace*, dont la production par Matra Automobile est définitivement arrêtée depuis fin octobre 2002, avait, en outre, subi au cours des mois précédents une érosion significative de ses parts de marché, inhérente à tout véhicule en fin de vie.

Lancée fin 2001, *l'Avantime* n'a pas rencontré le succès commercial attendu. Les quantités livrées au cours de l'exercice 2002 sont sensiblement inférieures aux prévisions -y compris sur le second semestre, en dépit d'une gamme produits désormais complète.

- Le chiffre d'affaires d'**EADS** en 2002 est en ligne avec l'objectif de réaliser un montant proche de celui de 2001. Le léger repli affiché provient, comme prévu, essentiellement de la division *Airbus* qui a livré 303 appareils contre 325 un an plus tôt.

### RESULTAT D'EXPLOITATION CONSOLIDÉ

#### Résultat d'exploitation de Lagardère Media

Le pôle **Lagardère Media** dont la contribution s'élève à +385 M€, progresse de 9 % à périmètre et taux de change courants par rapport à l'exercice 2001. **Si on neutralise en 2001 l'effet lié aux 3 mois supplémentaires d'activité** (comptes clôturés au 31 décembre au lieu du 30 septembre historiquement) de "**Lagardère Active Broadcast**", qui rassemble les activités "Radio" et "Audiovisuel", **la progression du résultat d'exploitation de Lagardère Media ressort à 15,6 %**. La branche "**Livre**" réalise une excellente performance dans quasiment tous les segments de l'édition aussi bien en France qu'en Grande-Bretagne. Elle se traduit par une progression de 40 % du résultat d'exploitation. "**Lagardère Active**" poursuit son redressement. Après avoir renoué avec les profits en 2001, elle améliore significativement sa rentabilité en 2002. La radio a bénéficié d'une reprise de l'activité publicitaire au cours du second semestre. Par ailleurs, les pertes de "**Lagardère Active Broadband**" (activités numériques hors Radio et Télévision) ont été à nouveau fortement réduites. Grâce à sa forte croissance interne, enregistrée notamment dans son activité de distribution nationale (aux Etats-Unis et en Espagne en particulier), et malgré le coût du développement du réseau *Virgin Megastore* en France, "**Hachette Distribution Services**" voit son résultat d'exploitation progresser de près de 9 %. L'environnement publicitaire s'est amélioré graduellement au cours de l'année aux Etats-Unis, il est néanmoins resté en forte baisse sur l'ensemble de l'exercice. En dépit de ce contexte difficile, "**Hachette Filipacchi Médias**" parvient à améliorer son taux de rentabilité (9,1 % contre 8,7 % en 2001), matérialisant ainsi l'avancement du plan de réduction des coûts. En conclusion, dans des marchés globalement plus difficiles, la très belle progression du résultat d'exploitation de **Lagardère Media** tient aux qualités de son portefeuille d'activités (positions concurrentielles de premier plan, forte internationalisation, équilibre entre activités cycliques et non-cycliques), ainsi qu'à la mise en œuvre déterminée des plans de réduction des coûts et d'accélération de la croissance.

#### Résultat d'exploitation des autres activités

- Au total, la contribution d'**EADS** aux comptes consolidés de LAGARDERE s'élève à +63 M€ en terme de résultat d'exploitation (à comparer à +104 M€ en 2001). Ce repli provient, comme prévu, essentiellement de la division *Airbus* qui a livré 303 appareils contre 325 un an plus tôt.

- Le pôle **Automobile** affiche un résultat d'exploitation de +7 M€ (à comparer à +66 M€ en 2001). Le résultat d'exploitation consolidé 2002 s'élève à +440 M€ (contre +514 M€ en 2001).

**RESULTAT FINANCIER.** Il s'inscrit à -331 M€ contre -15 M€ dans les comptes de l'année précédente. Ce résultat comprend une provision pour dépréciation des titres *T-Online* (-278 M€ avant impôts, en complément d'un montant de -157 M€ comptabilisé en 2001), alors qu'il bénéficiait d'une plus-value de +210 M€ (cession des "excess shares" **EADS**) en 2001. Hors ces éléments non récurrents, les frais financiers sont en baisse : -53 M€ (à comparer à -68 M€ en 2001), en particulier du fait de la baisse du coût de l'endettement.

**RESULTAT EXCEPTIONNEL.** Il s'élève à -371 M€. Le résultat exceptionnel 2002 inclut la prise en charge à hauteur de -266 M€ de coûts relatifs au désengagement de **Matra Automobile**. Il comprend également des provisions pour dépréciation d'immobilisations incorporelles et autres actifs pour -40 M€, des provisions pour restructuration à concurrence de -38 M€ (activités Media), ainsi qu'une contribution d'**EADS** à hauteur de -21 M€.

**IMPOTS.** Ils s'élèvent à +143 M€. Ils incluent un ajustement (reprise +195 M€) de la provision pour impôts comptabilisée au titre de la plus-value en sursis d'imposition dégagée lors de la cession de *Club Internet* en avril 2000. Cette reprise se justifie, pour l'essentiel, par le réajustement de la provision au taux réduit de l'impôt sur les plus-values à long terme (20,2 %), alors que la provision d'origine avait été dotée sur la base du taux d'impôt courant (36,43 %).

**RESULTAT DES SOCIÉTÉS MISES EN EQUIVALENCE.** Il s'établit à -33 M€, contre +77 M€ dans les comptes 2001. Il inclut, en particulier, une provision pour dépréciation de la participation dans MultiThématiques à hauteur de 68 M€. La contribution de *CanaSatellite* s'élève à +16,5 M€, en progression par rapport à 2001 (+11 M€ -avant éléments non-récurrents à concurrence de +39 M€).

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, le **RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ - PART DU GROUPE** s'élève à **-291 M€(\*)**.

**LA STRUCTURE FINANCIÈRE.** La dette nette bancaire s'élève à -1.394 M€ au 31 décembre 2002. Elle inclut le financement de l'acquisition en cours de *Vivendi Universal Publishing* intervenue fin décembre 2002 pour 1,2 milliard d'euros. Elle peut être comparée à +3.914 M€ de capitaux propres.

**DIVIDENDE.** La Gérance a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des Actionnaires la distribution d'un dividende de 0,82 € par action (assorti d'un avoir fiscal de 0,41 €), soit un montant identique à celui de l'exercice précédent.

(\*) Hors la contribution d'**EADS**, le Résultat Net consolidé - part du groupe de **LAGARDERE**, retraité de l'impact de **Matra Automobile** et de *T-Online*, s'établit en 2002 à +67 M€, soit un montant similaire au Résultat Net consolidé - part du groupe de 2001 (+70 M€), calculé sur les mêmes bases (et hors plus-values sur les "excess shares" **EADS**).

	2002	2001
Résultat Net - part du groupe hors EADS	(262)	146
Neutralisation de l'impact Matra Automobile	246	(34)
Neutralisation de l'impact T-Online	83	130
Neutralisation de l'impact "Excess Shares" EADS	-	(172)
<b>Résultat Net - part du groupe ajusté</b>	<b>67</b>	<b>70</b>

Nous vous rappelons que l'intégralité des documents mis à la disposition du marché à l'occasion de la publication des résultats 2002 (le communiqué de presse ainsi que l'ensemble des documents présentés lors de la réunion analystes du 17 mars 2003) peuvent être consultés sur le site LAGARDERE à l'adresse suivante :

[http://www.lagardere.com/info\\_financieres/detail\\_actu.cfm?idn=3402&idt=81&nav=0](http://www.lagardere.com/info_financieres/detail_actu.cfm?idn=3402&idt=81&nav=0)



## Lancement de trois nouvelles éditions de *ELLE Girl*

Après la création en 2001 de *ELLE Girl* USA, suivie quelques mois plus tard d'une édition en Grande-Bretagne et au Québec (août 2002), deux nouvelles éditions de *ELLE Girl* ont été lancées en février en Corée du Sud et aux Pays-Bas par deux sociétés filiales de HFM, Hachette Next Media et Hachette VDB Magazines. Par ailleurs, une nouvelle édition de *ELLE Girl* a été lancée en Russie en mars par la société Hachette Filipacchi Shkulev.

### ELLE USA

Suite à des informations mettant en doute la bonne santé du *ELLE* Américain à la suite des différents appels au boycott de produits français, nous tenons à préciser que la santé du titre est excellente et n'est en rien affectée par ces tentatives. En effet, côté diffusion, les ventes en kiosques sont en hausse de 12 % sur les trois premiers mois de l'année. Côté publicité, le portefeuille à fin juin est en hausse de 20 %.

## La famille ZURBAN s'agrandit

L'hebdomadaire *Zurban* et la Mutuelle des étudiants (LMDE) ont lancé début mars un nouveau magazine : *Zurban Campus*. Trimestriel pratique, ludique et culturel, *Zurban Campus* est un agenda du cinéma, de la musique, des critiques de livres, du shopping malin, des dossiers thématiques, de la vie des campus, de l'internet, des conseils santé et des idées d'évasion.

Autre lancement pour *Zurban* le 2 avril : le *Guide Zurban des Restos & bistrots* : 400 adresses des meilleures tables à Paris, quartier par quartier.

## Couv' de l'année

Le magazine *ELLE* a remporté, pour la deuxième année consécutive, le prix de la Une de presse 2002 décerné pour la 7<sup>ème</sup> fois par la régie France Rail Publicité. Le jury, présidé par Laurent Joffrin (*Le Nouvel Observateur*), a fait son choix dans une "short-list" de 400 Unes.

## MARIE CLAIRE en Chine

Après le relancement des éditions russes (2001) et polonaises (février 2002) de *Marie Claire*, la collaboration entre HFM et le groupe Marie Claire s'est poursuivie fin 2002 avec le lancement de la 25<sup>ème</sup> édition de *Marie Claire* en Chine continentale. En Asie, le titre est déjà présent au Japon, à HongKong, en Corée, à Taïwan et en Malaisie. Rappelons qu'en mars 2001, HFM a pris une participation de 42 % dans le groupe Marie Claire ; depuis, les deux groupes de presse unissent leurs forces pour développer des titres à l'international.

## Femmes en "Rouge"

Suite au rachat d'Attic Futura par HFM, la branche presse de Lagardère Media renforce la position de sa nouvelle filiale Hachette Filipacchi UK avec le magazine *Red*, mensuel féminin tirant à 250 000 exemplaires.

Avec 10 magazines publiés, le groupe est à la 6<sup>ème</sup> place du marché britannique.

## Trois nouvelles formules chez DISNEY HACHETTE PRESSE

Disney Hachette Presse (DHP) est aujourd'hui le premier éditeur français de presse enfantine, avec ses 12 titres qui accompagnent les jeunes lectrices et lecteurs de la petite enfance aux années collèges.

Après les lancements de *Kid Paddle Magazine* il y a presque un an, qui s'est substitué à *P'tit Loup*, et de *Disney's Princesse* en novembre dernier, DHP vient successivement de changer les formules du *Journal de Mickey* en janvier, puis *Minnie Mag* (devenu depuis *Witch Mag*) et *Picsou Magazine* en février.

Rappelons que DHP est une joint-venture entre HFM et Disney, créée en 1991.

### FAX

La 19<sup>ème</sup> édition de *ELLE Décoration* voit le jour en Croatie.

Lancement par Hachette Portugal d'un nouveau magazine fin février : *Babies*.

Nouvelle formule pour *Auto Moto* et *Top Famille magazine*.

Le site de *Télé 7 Jours* ([www.tele7jours.com](http://www.tele7jours.com)) a été "relooké" et enrichi.

Depuis le 7 avril, *Télé 7 Jeux*, le premier mensuel de jeu, a été "relooké" et a enrichi sa formule (format élargi, nouveau papier, apparition de niveaux de force...).

Nouvelle formule pour *Pariscopie* depuis janvier : une maquette plus dynamique et surtout le passage à la bichromie en pages intérieures.

Forte progression de la diffusion pour *Le Journal du Dimanche* : + 9,9 %, avec 304 986 exemplaires.

Leader de la presse parentale avec une diffusion France payée 2001 de 312.537 exemplaires et une audience de 3.783.000 lecteurs, le magazine *Parents* -lancé en 1969- a renouvelé sa formule fin 2002.

Hachette Filipacchi Suède a remporté le prix de la Meilleure campagne marketing de l'année.





Bon  
anniversaire

© Archives Hachette

## Le livre de Poche fête son 50<sup>ème</sup> anniversaire

La grande aventure du Livre de Poche a débuté le 9 février 1953, jour de la sortie des trois premiers titres : *Kœnigsmark*, de Pierre Benoît, *Les Clefs du royaume*, de A.J. Cronin et *Vol de nuit*, de Saint-Exupéry. Tirés à 55 000 exemplaires pour les deux premiers, ils valent 1,5 francs : quasiment le prix d'un magazine. Depuis, 14 000 titres ont été publiés, 1 milliard de volumes ont été diffusés, *Le Grand Meaulnes* d'Alain Fournier et *Vipère au poing*, d'Hervé Bazin ont dépassé les 4 millions de volumes vendus... Quant à Agatha Christie et Emile Zola, l'ensemble de leurs ouvrages s'est vendu respectivement à plus de 40 millions et 22 millions d'exemplaires !

Conçue et dirigée par Henri Filipacchi (père de Daniel Filipacchi), cette collection a "démocratisé la lecture" en mettant des techniques d'impression et de diffusion de masse au service des grands textes littéraires. Rapidement Le Livre de

Poche se diversifie (*Le Livre de Poche Classique*, *Biblio essais*, *La Pochotèque...*) et les ventes explosent dans les années 60.

Ainsi, avec 18,5 millions d'exemplaires vendus en 2002, Le Livre de Poche demeure la première collection de poche française de grande diffusion. Cette année lui permettra de réaffirmer encore sa vitalité et sa vocation : quelque 350 nouveautés viendront enrichir son catalogue, de la science-fiction aux thrillers, en passant par les romans et les pratiques. Toujours fidèle à un principe : "Faire lire plus et mieux".

## HACHETTE DISTRIBUTION SERVICES

## Relay et les livres



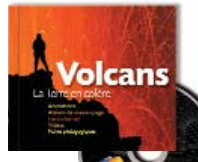
© Jérôme Léglise

## Relay fait le point sur sa politique de référencement du livre

A l'occasion du rachat de *Vivendi Universal Publishing* par le Groupe Lagardère, *Relay* a effectué en novembre dernier une mise au point sur sa politique de référencement du livre dans son réseau de points de vente situés dans les lieux de transport (gares, métros, aéroports...). *Relay* compte environ 900 magasins d'une superficie moyenne de 40m<sup>2</sup>. Les clients y ont un comportement d'achat très spécifique : ils passent en général moins de cinq minutes dans les points de vente, avec un attrait spécifique pour tout ce qui est "nouveau" et "actualité". L'achat d'impulsion domine donc, et l'enseigne n'a pas vocation à se comporter comme une chaîne de librairies de référence. *Relay* adapte ainsi son offre aux attentes d'une clientèle de voyageurs : le genre policier représente aujourd'hui plus du tiers des ouvrages en livres de poche. De très nombreux éditeurs sont représentés, notamment en littérature : *Le Seuil* était fin octobre 2002 le 4<sup>ème</sup> fournisseur de littérature de la chaîne. De la même façon, les principales collections du marché du livre de poche sont représentées : depuis le début de l'année 2002, 56 titres *Folio* (*Gallimard*), 49 titres *J'ai Lu* et 36 titres *Points* (*Le Seuil*), ont été référencés sur les 380 de la catégorie romans. Dans le secteur du Tourisme (15 % des ventes de livres chez *Relay*), l'enseigne

propose à sa clientèle de voyageurs des guides de grande diffusion, pratiques et d'un prix de vente raisonnable : guides du *Routard*, le *Guide Vert Michelin*, *Petit Futé City Guide*.

En respectant ces critères, *Relay* ne favorise aucun éditeur en particulier : les contrats de concession qui lient *Relay* à la SNCF et à la RATP font d'ailleurs de l'impartialité vis-à-vis des éditeurs, une obligation. L'analyse des meilleures ventes de *Relay* le prouve : parmi les 100 premières ventes du panel Ipsos, 3 titres seulement n'ont pas été référencés par *Relay*. Les 100 premières ventes de *Relay* comportent 21 titres Hachette, contre 19 dans le panel Ipsos. Des chiffres tout à fait comparables. En outre, tous les éditeurs ont accès à ses programmes promotionnels qui sont commercialisés dans la plus totale impartialité.



### Big Bang

*Big Bang*, nouvelle collection documentaire chez Hachette Jeunesse, associant pour la première fois un livre, un CD-Rom et un site Internet ([www.bigbang-net.com](http://www.bigbang-net.com)), permet de découvrir et comprendre l'univers de manière ludique, pratique et éducative réparti en quatre thèmes (*La terre et l'univers*, *Le monde vivant*, *L'histoire et les civilisations*, et *Les sciences et technologies*).



### Droit au but avec Top 10

Cette nouvelle collection de guides touristiques est organisée selon un concept unique et ludique de découverte d'une ville ou d'une région par "Top 10". Le lecteur va ainsi trouver les 10 lieux culturels, les 10 boutiques, les 10 plus beaux jardins et ainsi de suite. Des cartes et plans détaillés, 450 photos couleurs accompagnent et illustrent chaque visite. Le lecteur retrouve ainsi l'essentiel d'une destination pour la découvrir en peu de temps. Six titres parus en février : *Barcelone*, *Paris*, *Toscane*, *Londres*, *Hong Kong* et *Venise*.

FAX





## Présentation des résultats 2002 le 10 mars dernier : EADS en ligne avec ses prévisions

Grâce au succès des mesures prises pour affronter un marché difficile, le consortium européen enregistre un CA de 29,9 milliards d'euros (contre 30,8 milliards en 2001) : un CA en ligne avec ses prévisions 2002, qui reflète comme prévu la diminution des livraisons d'Airbus et l'effet d'un taux de change US dollar plus faible. Avec 31 milliards d'euros, les prises de commandes sont restées supérieures au CA : la demande reste soutenue pour les produits civils et militaires du groupe. EADS confirme aussi avoir légèrement dépassé son objectif EBIT pour 2002, qui était de 1,4 milliard d'euros. Les contributions les plus importantes à ce résultat proviennent des divisions Airbus et Aérospatiale. La division Espace enregistre, comme précédemment annoncé, une perte significative, mais a vu ses prises de commandes fortement augmenter. La division Systèmes Civils et de Défense a réussi son redressement et a même dépassé son objectif d'atteinte de point mort.

Pour Philippe Camus et Rainer Hertrich, CEOs d'EADS : "2002 a été une année difficile, mais EADS a atteint, voire dépassé, tous ses objectifs financiers. Nos résultats démontrent nettement le succès de nos efforts pour garantir la résistance d'EADS dans ses

métiers. Grâce aux actions en cours -de restructuration et de réduction des coûts- nous sommes totalement dédiés au maintien de marges solides."

D'une valeur globale proche de 170 milliards d'euros, le carnet de commandes d'EADS représente aujourd'hui plus de cinq années de CA au niveau actuel et demeure inégalé dans l'industrie mondiale de l'aéronautique, de l'espace et de la défense.

"Nous avons préparé EADS à résister à une éventuelle aggravation du marché en 2003. Notre capacité à répondre rapidement aux fluctuations du marché est un atout indispensable dans les circonstances actuelles", ont par ailleurs déclaré Philippe Camus et Rainer Hertrich. Pour 2003, la direction d'EADS vise des objectifs financiers prudents, qui préserveront la flexibilité de l'entreprise pour répondre aux fluctuations du marché. Dans cet environnement incertain, EADS continuera à donner la priorité à la rentabilité et au contrôle de la trésorerie plutôt qu'à la conquête de nouvelles parts de marché, et estime que l'EBIT 2003 sera du même ordre que celui de 2002.



## AUTOMOBILE

### Cession participation Renault - Arrêt production *Avantime*

#### Lagardère cède sur le marché l'intégralité de sa participation dans Renault

Le 24 février 2003, Lagardère a annoncé la cession sur le marché de 3.588.849 actions, représentant la totalité de sa participation dans Renault SA., soit 1,26 % du capital. Les actions ont été cédées au prix de €38,95 par action pour un montant global de €140 millions. Elles avaient été acquises pour un montant global de €97,6 millions au prix moyen de €27,18 par action.

Cette cession confirme la décision de Lagardère de se désengager de ses activités automobiles.

Les actions ont été offertes à des investisseurs français et internationaux à travers un placement privé. Le placement a été dirigé par Lehman Brothers.

#### Arrêt de la production de l'*Avantime*

Constatant l'échec commercial de l'*Avantime*, Matra Automobile a décidé d'en interrompre la production. C'est la décision de Renault prise en 1996 de retirer de Romorantin la fabrication de la quatrième génération de l'*Espace* pour la réaliser dans son usine de Sandouville, qui avait conduit les deux partenaires historiques à lancer ensemble l'*Avantime*. Cette décision s'inscrivait dans une volonté commune de maintenir une activité industrielle à Romorantin. En décembre 2002, contre toutes les prévisions les plus pessimistes, le niveau moyen des commandes de l'*Avantime* était de quinze véhicules par jour. Malgré le plan de relance et l'offre complète de la gamme qui a fait remonter quelque peu les ventes, elles sont restées loin des prévisions fixées pour assurer l'avenir de la voiture. Cette décision d'arrêt entraîne un certain nombre de conséquences et conduit notamment à l'ouverture d'un plan de sauvegarde de l'emploi dans les établissements de Romorantin et Pissaloup de Matra Automobile. Cette décision conduit également Matra Automobile à cesser son activité de constructeur automobile -tout en assurant ses obligations contractuelles vis-à-vis des clients de l'*Espace* et de l'*Avantime*- pour se consacrer à une activité d'Ingénierie Automobile, à partir des compétences de son bureau d'études, reconnues depuis longtemps.

Action Lagardère

Marché de cotation	Bourse de Paris Premier Marché - SRD
Code Euroclear France	13021
Plus haut cours de l'année (*)	41.67
Plus bas cours de l'année (*)	29.52
Nombre d'actions au 1 <sup>er</sup> janvier 2003	139.218.004
Capitalisation boursière (milliards d'euros)	4.6
Volume moyen quotidien (**)	508.963
Dividende 2002(***) (mis en paiement le 20 mai 2003)	Net : 0,82 € Avoir Fiscal : 0,41 € Brut : 1,23 €

(\*) jusqu'au 15 avril 2003 (depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2003)

(\*\*) moyenne sur janvier, février et mars 2003

(\*\*\*) proposé à l'Assemblée Générale du 13 mai 2003

LAGARDERE comparé aux CAC 40 et DJ STOXX MEDIA  
(du 1<sup>er</sup> janvier 1999 au 15 avril 2003)



[www.lagardere.com/finance](http://www.lagardere.com/finance) est 2<sup>ème</sup> meilleur site financier, selon l'étude menée par la société Investis France auprès de l'ensemble des sites des sociétés cotées au CAC 40.

Prochains événements

Assemblée Générale des Actionnaires

**Mardi 13 mai 2003**

Pour plus d'informations, et notamment connaître les modalités de **vote par Internet**, consulter notre site : <http://www.lagardere.com/ag2003/>

Rencontres avec les actionnaires individuels

- mardi 6 mai à Bordeaux
- mardi 27 mai à Bruxelles
- lundi 2 juin à Saint-Etienne
- mardi 21 octobre à Toulouse
- jeudi 27 novembre à Toulon
- mercredi 17 décembre à Lille

Comité Consultatif des Actionnaires

Dans le cadre du renouvellement partiel du Comité Consultatif des Actionnaires, trois nouveaux membres (Messieurs Raymond Courbis, Pierre Desmottes et Lionel Pernet) ont participé à leur premier Comité Consultatif à l'occasion de la séance plénière qui s'est tenue le 21 mars dernier.

Le Comité se réunira à nouveau au mois de septembre.



LAGARDERE

Contacts :

Centre d'information des actionnaires de Lagardère SCA  
121 avenue de Malakoff  
75216 Paris Cedex 16

Téléphone : 01.40.69.20.73.

Internet : <http://www.lagardere.com>

Pages financières : <http://www.lagardere.com/finance>

E.mail : [lalettre@lagardere.fr](mailto:lalettre@lagardere.fr)