



Lagardère

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ 2006 DE LAGARDERE SCA : + 7,6 %
PROGRESSION DE + 2,4 % DU POLE MEDIA EN DONNEES BRUTES
ET DE + 0,9 % A DONNEES COMPARABLES^(*)**

Sur l'ensemble de l'année 2006, le chiffre d'affaires du pôle Media publié s'inscrit en progression de + 2,4 %. Il bénéficie de l'impact de la consolidation des activités de Time Warner Book Group, soit un impact positif de + 336 M€ (chiffre d'affaires des trois derniers trimestres 2006). La cession de Dalloz, en revanche, diminue les ventes annuelles de - 43 M€

Le chiffre d'affaires du pôle Media progresse de + 0,9 % à données comparables^(*) sur l'année, en ligne avec la croissance enregistrée sur les neuf premiers mois de l'exercice (+ 1,0 % à données comparables).

Les évolutions marquantes du quatrième trimestre sont :

- **Livre** – Trimestre en ligne avec les attentes du Groupe, marqué par une baisse des ventes de littérature en France par rapport à un dernier trimestre exceptionnel en 2005. Les programmes éditoriaux de Larousse en France et d'Octopus au Royaume Uni ont de plus fait l'objet d'un recentrage sur leur partie la plus profitable. Bon trimestre par ailleurs pour l'Education en France, ainsi que pour les activités anglaises, espagnoles et américaines.
- **Presse** – Trimestre toujours en recul, en ligne avec la tendance du troisième trimestre.
- **Distribution Services** – Poursuite des tendances de marché observées au troisième trimestre. La croissance est toujours limitée en Espagne (changement de législation sur la vente de tabac) et en Belgique (faible performance de la distribution presse). En revanche, elle se poursuit à un rythme soutenu pour Aelia (aéroports), en Europe de l'Est et en Asie.
- **Audiovisuel** – Bon trimestre grâce aux performances de RFM et d'Europe 1, des radios dans les Pays de l'Est, ainsi que des chaînes thématiques.

Le chiffre d'affaires consolidé de LAGARDERE SCA, incluant EADS (+ 15,5 %), s'établit à 13 998,9 M€ sur l'année, en progression de + 7,6 %.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation 2006/2005 brute	Variation 06/05 retraitée à données comparables ^(*)
	31.12.06	31.12.05		
. POLE MEDIA	8 091,8	7 900,6	2,4 %	0,9 %
- Livre	1 974,8	1 644,2	20,1 %	1,8 %
- Presse	1 848,1	1 862,5	(0,8) %	(1,2) %
- Distribution Services	3 679,0	3 773,2	(2,5) %	1,9 %
- Audiovisuel	589,9	620,7	(5,0) %	(0,9) %
. EADS	5 907,1	5 112,6	15,5	ND
LAGARDERE SCA	13 998,9	13 013,2	7,6	ND

^(*) à périmètre et taux de change constants, et, pour HDS, incluant un retraitement pro-forma des données 2005

ND : non disponible

POLE MEDIA

Pour le pôle Media, l'évolution à données comparables s'établit à + 0,9 % sur l'ensemble de l'année 2006. Hors correction des effets de change, la progression s'établit à + 0,7 %.

- **Hachette Livre**

L'éditeur américain Time Warner Book Group, consolidé à compter du 1^{er} avril 2006, contribue aux ventes de Hachette Livre en 2006 à hauteur de 336 M€. A l'inverse, la déconsolidation de Dalloz a un impact négatif sur les ventes de 43 M€ par rapport à 2005.

A données comparables, le chiffre d'affaires annuel enregistre une progression (+ 1,8 % à fin décembre 2006) inférieure à la progression cumulée à fin septembre 2006 (+ 2,6 %).

Ce ralentissement s'explique principalement par le travail de rationalisation des lignes éditoriales les moins profitables entrepris chez Larousse (France et International), et Octopus (Royaume Uni). Dans les deux cas, les interruptions de ventes devraient avoir un impact positif sur la rentabilité de la division à l'avenir.

De nouvelles collections sont attendues chez Larousse pour le début 2008.

Par ailleurs, les principales évolutions du quatrième trimestre 2006 sont :

- Forte croissance de l'Education en France.
- Très solide performance de Anaya soutenue par l'Education en Espagne.
- Poursuite de la forte progression de Hodder Headline au Royaume Uni.
- Faiblesse de la Littérature en France (néanmoins à un rythme inférieur à celui observé au troisième trimestre), en raison d'une base de comparaison 2005 difficile car marquée par de nombreuses attributions de prix littéraires.
- Léger repli de l'activité fascicules pour des raisons de calendrier des lancements.

- **Hachette Filipacchi Médias**

Hachette Filipacchi Médias enregistre, à données comparables, un déclin de - 1,2 % de son chiffre d'affaires annuel, en ligne avec le niveau observé à fin septembre (- 1,2 %).

Les principales évolutions du quatrième trimestre 2006 sont :

- Poursuite du recul des ventes dans plusieurs pays (dont la France, l'Espagne, les Etats-Unis et le Japon) sous le triple effet :
 - des fermetures de titres en particulier en France, aux Etats-Unis et au Japon. Entre autres, Maximal et Zurban ont été fermés en France, For Me et Elle Girl aux Etats-Unis, Premiere, Gentry et 30 Ans au Japon ;
 - de segments ou de titres en difficulté en attente de repositionnement éditorial : notamment les masculins et Woman's Day ;
 - de la faiblesse des investissements publicitaires dans le secteur automobile aux Etats-Unis impactant les titres automobiles.
- Accélération des performances très fortes des pays émergents : Russie, Chine.
- Légère croissance en Italie pour la première fois de l'année.
- Poursuite des bonnes performances des nouveaux lancements : Psychologies, Public, ainsi que de titres historiques comme Elle.
- Faiblesse de la diffusion de la presse quotidienne régionale.

- **Hachette Distribution Services**

Hachette Distribution Services progresse de + 1,9 % à données comparables sur l'année, taux légèrement inférieur à celui observé à fin septembre (+ 2,1 %).

En données brutes, l'activité recule de - 2,5 % après l'impact du nouveau contrat AMP en Belgique pour un montant de - 173 M€ à fin décembre, et de la vente de Sarbach (distribution en Allemagne, - 32 M€ sur les ventes à fin décembre).

Sur le quatrième trimestre 2006, on observe :

- Une performance satisfaisante de la France grâce à Relay, ainsi qu'à Aelia dont les ventes profitent de la reprise du trafic dans les aéroports. Ces résultats sont obtenus malgré un mauvais mois de novembre pour Virgin, non entièrement compensé par les bonnes ventes de fin d'année.
- Une bonne croissance des pays d'Europe de l'Est et de l'Asie.
- Des ventes en Espagne toujours affectées par l'impact de la nouvelle loi sur les ventes de tabac.
- La faiblesse persistante de l'activité distribution presse (faible contribution aux marges opérationnelles) en Espagne et en Belgique.

- **Lagardere Active**

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble Lagardere Active recule depuis le début de l'année de - 0,9 % à données comparables (- 5,0 % en données brutes). A fin septembre, le recul s'élevait à - 3,5 % à données comparables (- 2,8 % en données brutes).

Deux raisons principales expliquent ce recul :

- Le changement de méthode de consolidation de Cellfish, consolidée par mise en équivalence à compter du 1^{er} octobre 2006, suite à l'entrée d'investisseurs nord-américains au capital de cette société (cette activité avait enregistré sur le quatrième trimestre 2005 un chiffre d'affaires de + 25 M€).
- Des bases de comparaison élevées en Production TV et dans l'activité chaînes thématiques (Match TV).

La croissance au quatrième trimestre 2006 s'est établie à des niveaux très satisfaisants.

Radio – Les revenus publicitaires ont fortement progressé au quatrième trimestre avec une croissance organique de + 6,6 % sur l'année, contre + 5,2 % à fin septembre. La très forte croissance des réseaux dans les pays de l'Est observée en septembre 2006 s'est poursuivie au même rythme au quatrième trimestre. Par ailleurs, RFM et Europe 1 réalisent une excellente fin d'année.

Télévision – La Production TV termine l'année en recul comme attendu du fait d'effets de comparaison difficiles avec une décroissance de - 12,2 % à fin décembre contre - 17,0 % à fin septembre. Le quatrième trimestre a marqué la fin de la période de recul. L'activité des chaînes thématiques (- 6,0 % en année pleine contre - 11,7 % à fin septembre) bénéficie de la fin de l'effet de base lié à l'arrêt de Match TV à l'été 2005, et voit ses chaînes réaliser de bonnes performances, notamment Canal J, Gulli et Europe 2 TV.

Lagardere Active Broadband – Du fait de la consolidation par mise en équivalence de Cellfish, la contribution de cette division est désormais négligeable.

- **Perspectives**

Le chiffre d'affaires 2006 du pôle Média est en ligne avec les attentes du Groupe.

A fin décembre, la performance meilleure qu'attendue des divisions Livre, Distribution et Active compense la faiblesse actuelle de la Presse.

En conséquence, le Groupe confirme, pour le pôle Média, l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant des sociétés intégrées (Resop) qui devrait s'établir, à données comparables, dans une fourchette allant de "+ 3 % à + 7 %", telle que communiquée antérieurement et avec les mêmes paramètres, à savoir :

- un taux de change euro / dollar à 1,25 ;
- un périmètre inchangé ;
- hors impacts des investissements dans les licences de Télévision Numérique Terrestre (- 7 M€ en 2005 et - 21 M€ en 2006).

Evénements et tendances 2007 pouvant être anticipés à ce stade :

- Pour le Livre, Larousse et Octopus devraient poursuivre leur politique de recentrage éditorial au cours des trois premiers trimestres de l'année, sans impact sur le résultat opérationnel courant des sociétés intégrées (Resop). Pour les autres activités, le Groupe anticipe une poursuite des tendances actuelles et l'atténuation d'un effet de base difficile sur la littérature en France. Enfin, les activités de distribution en France bénéficieront de l'arrivée du pôle universitaire jusqu'alors conservé en distribution par Editis.
- Pour les magazines, les tendances de marché observées actuellement devraient se prolonger. Pas d'anticipation de modification significative de la conjoncture à ce jour.
- Les effets du changement de la législation sur le tabac en Espagne, ainsi que ceux liés au nouveau contrat AMP en Belgique, cesseront leurs effets négatifs sur la croissance des ventes. Pas d'autre changement notable anticipé à ce stade par rapport aux tendances observées en 2006.
- Fin des effets de base défavorables sur la Production TV et sur les chaînes thématiques. Impact du transfert de certains budgets radio de la grande distribution vers la télévision. Entrée en vigueur d'un nouveau barème de rémunération pour les chaînes thématiques sur la nouvelle plate-forme Canal+ / TPS.
- Consolidation à compter de janvier 2007 des activités de Sportfive.

EADS

Le chiffre d'affaires reporté sur la ligne "**EADS**" correspond à 14,98 % de celui réalisé par le Groupe EADS (contre 14,95 % en 2005).

La quote-part consolidée par Lagardère SCA du chiffre d'affaires d'EADS a progressé de + 15,5 % en 2006, à 5,90 milliards d'euros.

Toutes les activités sont en croissance.

Avec un chiffre d'affaires de 25,2 Mds d'euros en hausse de + 14 %, Airbus profite de livraisons record : 434 appareils ont été livrés sur l'année 2006, contre 378 pour la même période de l'année précédente, cette augmentation provenant essentiellement des monocouloirs de la famille A320.

La croissance des Avions de Transport Militaire de + 188 % est principalement soutenue par les progrès du programme A400M, y compris une facturation d'étape initialement prévue en fin 2005 et renvoyée au premier trimestre de 2006.

Eurocopter bénéficie de la forte croissance des livraisons ; 381 hélicoptères ont été livrés en 2006 contre 334 en 2005, ce qui contribue à une progression du chiffre d'affaires de + 18 %.

Astrium profite de la croissance de la production du lanceur Ariane 5 et des avancées des nouvelles activités services pour inscrire un chiffre d'affaires en hausse de + 19 %.

Paris, le 8 février 2007

Leader dans le domaine des médias (livre, presse, audiovisuel et distribution de produits culturels), le Groupe Lagardère est également présent dans les hautes technologies grâce à une participation de 14,98 % dans EADS. Le marché de référence du titre Lagardère est Euronext paris – (Eurolist – compartiment A).

Contacts Presse

Thierry Funck-Brentano

tél. 01 40 69 16 34

tfb@lagardere.fr

Arnaud Molinié

tél. 01 40 69 16 72

amolinie@lagardere.fr

Contact Relations Investisseurs

Laurent Carozzi

tél. 01 40 69 18 02

lcrozzi@lagardere.fr