



# Lagardère

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ AU 30 SEPTEMBRE 2006 DE LAGARDERE SCA :  
+ 7,3 % EN DONNEES BRUTES**

**PROGRESSION DE + 2,3 % DE LAGARDERE MEDIA EN DONNEES BRUTES  
ET DE + 1,0 % A DONNEES COMPARABLES (\*)**

Au 30 septembre 2006, le chiffre d'affaires de Lagardère Media publié progresse de + 2,3 % et s'établit à 5 931,8 M€ Il bénéficie de l'impact de la consolidation des activités de Time Warner Book Group, soit + 213 M€ A données comparables(\*) et sur cette même période, sa croissance est de + 1,0 %.

Les évolutions marquantes à données comparables du 3<sup>ème</sup> trimestre 2006 sont :

- **Livre** – Un bon trimestre, notamment grâce aux bonnes performances de l'Angleterre, de la Distribution, de l'Education et des Fascicules, et en dépit de fortes bases de comparaisons en Littérature en France.
- **Presse** – Activité toujours en recul, mais à rythme moindre qu'au 2<sup>ème</sup> trimestre. Les ventes sont affectées par une baisse des diffusions sur de nombreux segments et en particulier dans les masculins en France, par la faiblesse de la PQR et par l'impact des arrêts de magazines.
- **Distribution Services** – Activité en croissance légèrement supérieure à celle du 2<sup>ème</sup> trimestre. La faible performance de la distribution de presse en Espagne et en Belgique et l'impact de la réglementation sur le transport des liquides à bord des avions ont limité la croissance. Bonne tenue en revanche des autres activités, notamment dans l'activité de détail, en Asie et Europe de l'Est.
- **Lagardère Active** – Activité en recul pour l'essentiel en raison d'effets de comparaison sur les activités TV et d'une activité Radio en France ralentie, avec un début de retrait de la publicité pour la Distribution. Les activités Radio à l'International poursuivent leur forte croissance.

Le chiffre d'affaires consolidé de LAGARDERE SCA, incluant EADS (+ 15,5 %), progresse de + 7,3 % au 30 septembre 2006 et atteint 10 016,9 M€

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation 2006/2005 brute	Variation 06/05 retraitée à données comparables (*)
	30.09.06	30.09.05		
<b>. LAGARDERE MEDIA</b>	<b>5 931,8</b>	<b>5 798,1</b>	<b>2,3 %</b>	<b>1,0 %</b>
- Livre	1 452,7	1 231,5	18,0 %	2,6 %
- Presse	1 361,1	1 368,6	(0,5) %	(1,2) %
- Distribution Services	2 699,4	2 767,2	(2,5) %	2,1 %
- Lagardere Active	418,6	430,8	(2,8) %	(3,5) %
<b>. EADS</b>	<b>4 085,1</b>	<b>3 538,2</b>	<b>15,5 %</b>	<b>ND</b>
<b>LAGARDERE SCA</b>	<b>10 016,9</b>	<b>9 336,3</b>	<b>7,3 %</b>	<b>ND</b>

(\*) à périmètre et taux de change constants, et pour HDS, incluant un retraitement pro-forma des données 2005  
ND : non disponible

## **LAGARDERE MEDIA**

Pour le pôle "**Lagardère Media**", l'évolution à périmètre comparable (hors correction des effets de change) s'établit à + 1 %.

- **Hachette Livre**

Hachette Livre intègre, depuis le 2<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires réalisé par l'éditeur américain Time Warner Book Group, qui contribue aux ventes à hauteur de + 213 M€.

A données comparables, le chiffre d'affaires à fin septembre 2006 est en progression de + 2,6 % (+ 18,0 % en données brutes), un rythme supérieur à la tendance observée au 1<sup>er</sup> semestre (+ 2,0 %).

Sur le 3<sup>ème</sup> trimestre 2006, les principales tendances sont énumérées ci-dessous :

- Comme attendu, la Littérature Générale en France connaît sur le trimestre un nouveau ralentissement lié à une base de comparaison difficile (beaucoup de best-sellers publiés en 2005, notamment Michel Houellebecq et Patrick Poivre d'Arvor).
- A nouveau, une augmentation sensible des ventes de fascicules est enregistrée, en particulier au Japon et en Italie.
- La Littérature Générale au Royaume-Uni (Hodder Headline) poursuit sa forte progression tirée notamment par les ventes des ouvrages de James Patterson et Stephen King.
- La croissance des activités Education en France et en Espagne est également bien orientée.
- L'activité Distribution est tirée par une croissance à deux chiffres grâce à l'intégration réussie des activités Larousse et à une dynamique campagne scolaire durant l'été.

- **Hachette Filipacchi Médias**

L'activité au 3<sup>ème</sup> trimestre de Hachette Filipacchi Médias est toujours en retrait, à un rythme cependant inférieur à celui enregistré au 2<sup>ème</sup> trimestre. A fin septembre 2006, la division recule, à données comparables, de - 1,2 %, après - 1,1 % au 1<sup>er</sup> semestre.

Les principaux facteurs de ce déclin (à données comparables) sur le 3<sup>ème</sup> trimestre sont les suivants :

- Une faiblesse de la diffusion en général, et notamment en France, sur les masculins, Paris Match et télé 7 Jours. Woman's Day, féminin publié aux Etats-Unis, connaît aussi une année en retrait.
- L'impact des arrêts de publications (en particulier Elle Girl aux Etats-Unis, Nova en Espagne, Elle Girl et B en Angleterre, et divers magazines au Japon et en France).
- Une faiblesse de la diffusion en PQR.
- Un environnement concurrentiel toujours difficile, en particulier pour la diffusion en Italie.

Plusieurs éléments positifs viennent contrebalancer, de façon toujours parcellaire, les points précédents :

- La publicité poursuit sa croissance dans la plupart des pays où HFM est présent (dont la France hors masculins et télé 7 Jours, et les Etats-Unis hors titres masculins), et notamment sur les principaux magazines féminins : Elle (en particulier dans les pays émergents Chine et Russie), Marie-Claire et Psychologies.
- Les nouvelles déclinaisons de Psychologies poursuivent leur forte progression.

- **Hachette Distribution Services**

Hachette Distribution Services progresse de + 2,1 % à données comparables à fin septembre, après une progression au 1<sup>er</sup> semestre de + 2,3 % à données comparables. Le 3<sup>ème</sup> trimestre marque une légère amélioration sur la croissance du 2<sup>ème</sup> trimestre.

En données brutes, l'activité recule de - 2,5 % après impact du nouveau contrat AMP en Belgique pour un montant de 127 M€ à fin septembre, et de la vente de Sarbach (distribution en Allemagne - 24 M€ sur les ventes à fin septembre).

Sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, les principales évolutions sont les suivantes :

- La distribution de presse (produit à faible contribution en marge opérationnelle) en Espagne et en Belgique poursuit son recul.
- Impact de la nouvelle loi espagnole interdisant les ventes de tabac (produit à nouveau à faible marge opérationnelle) dans les lieux publics où la consommation de tabac est interdite. Les ventes de tabac représentaient environ 15 % des ventes de détail en Espagne.
- Amélioration de la performance de Relay et de Aelia sous l'effet de la progression de la fréquentation des aéroports, atténuée cependant pour Aelia par l'impact de la réglementation sur les produits liquides à bord des avions.
- Poursuite de la très forte performance de l'activité dans les Pays de l'Est et en Asie.

- **Lagardere Active**

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble Lagardere Active, sous l'effet de bases de comparaisons élevées en Production TV et dans l'activité chaînes thématiques, recule depuis le début de l'année de - 3,5 % à données comparables (- 2,8 % en données brutes). Au 1<sup>er</sup> semestre, le recul s'élevait à - 3,1 % à données comparables.

Les tendances marquantes (à données comparables) de l'activité sur les neuf premiers mois sont, par division :

Radio – Une croissance de + 5,2 %, après un 3<sup>ème</sup> trimestre étal, qui se compare à la performance sur le 1<sup>er</sup> semestre de + 7,5 %. L'activité en France est en recul avec notamment le premier impact sur les ventes d'Europe 1 de la baisse des investissements en provenance de la grande distribution au mois de septembre. A noter que ces baisses se situent à l'intérieur de la fourchette (- 5 % à - 10 %) d'estimations de baisses des revenus de la radio en France, communiquée au marché précédemment. Les activités internationales bénéficient d'un rythme de progression toujours très élevé.

Télévision – La Production TV décline de - 17,0 % à fin septembre après un recul de - 17,5 % au 1<sup>er</sup> semestre. Des décalages de livraisons affectent la performance sur le trimestre (série "Père et Maire"). Les chaînes thématiques, quant à elles, reculent à nouveau (- 11,7 % après - 13,8 % sur le 1<sup>er</sup> semestre) sous l'effet pour l'essentiel de l'arrêt de Match TV, intervenu au cours de l'été 2005.

Lagardere Active Broadband – La division enregistre une croissance de ses ventes de + 2,5 % (+ 1,6 % au 1<sup>er</sup> semestre). Les activités de Cellfish poursuivent un rythme de croissance très élevé, compensé en partie par l'impact de l'arrêt progressif de Hachette Multimédia.

- **Perspectives**

Pour la division Livre, la fin de l'année devrait être marquée par une poursuite des bonnes tendances actuelles.

Pour la division Presse, les perspectives en matière de diffusion ne s'améliorent pas. Cette tendance devrait impacter les recettes publicitaires sur la fin de l'année. Les revenus Internet progressent à un rythme satisfaisant.

Pour la division Active, la visibilité reste faible en Radio en France en dépit d'un mois d'octobre satisfaisant. Les perspectives restent bonnes sur les marchés Radio en Europe de l'Est. Les effets de bases de comparaisons sur l'activité Télévision ainsi que les décalages de livraisons devraient s'estomper.

La mise en place du nouveau management commun aux deux divisions se poursuit. Une communication au marché sur les perspectives de ces divisions devrait être effectuée au début de l'année 2007.

Pour la division Distribution, peu de changements anticipés sur la fin de l'année par rapport aux tendances actuelles.

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

En conséquence, le Groupe confirme l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant Media 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).

## **EADS**

Le chiffre d'affaires reporté sur la ligne "**EADS**" correspond à 14,87 % de celui réalisé par le groupe EADS (contre 15,09 % au 30 septembre 2005).

La quote-part du chiffre d'affaires d'EADS consolidée par Lagardère SCA à fin septembre 2006 est en hausse de + 15,5 % par rapport à 2005, et s'élève à 4,09 milliards d'euros.

Toutes les divisions du groupe sont en croissance. Airbus et Eurocopter ont bénéficié d'une croissance significative des livraisons d'avions commerciaux (320 avions livrés contre 271 au 30 septembre 2005) et d'hélicoptères (271 livraisons contre 210 à la même époque en 2005). La division Défense a augmenté ses revenus Eurofighter et a bénéficié de l'acquisition des activités de radio numérique sécurisée de Nokia, revenus d'acquisition partiellement compensés par la vente de la filiale missile LFK à MBDA. La croissance de la division Espace est tirée par la montée en cadence d'Ariane et le développement des activités de services de télécommunications militaires. La division de Transport Militaire a bénéficié des progrès dans le développement du programme de transport militaire A400M qui a franchi quatre points d'étape sur les neuf mois de l'année 2006.

**Paris, le 9 novembre 2006**

*Leader dans le domaine des médias (livre, distribution, presse et audiovisuel), le Groupe Lagardère est également présent dans les hautes technologies grâce à une participation de 14,87 % 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](mailto:tfb@lagardere.fr)

Arnaud Molinié

tél. 01 40 69 16 72

[amolinie@lagardere.fr](mailto:amolinie@lagardere.fr)

**Contact Relations Investisseurs**

Laurent Carozzi

tél. 01 40 69 18 02

[lcarozzi@lagardere.fr](mailto:lcarozzi@lagardere.fr)