

**CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ DU 1^{ER} TRIMESTRE 2007
DE LAGARDERE SCA : + 8,9 % EN DONNEES BRUTES
ET CROISSANCE DE + 1,2 % A DONNEES COMPARABLES^(*)**

Au 31 mars 2007, le chiffre d'affaires consolidé de Lagardère SCA s'élève à 1 908,2 M€, soit une augmentation de + 8,9 % en données brutes et de + 1,2 % à données comparables. Sur le 1^{er} trimestre, la contribution de Time Warner Book Group (non consolidé au 1^{er} trimestre 2006) s'élève à 83 M€

A effet du 1^{er} janvier 2007, le groupe Lagardère applique l'option offerte par les normes IFRS qui permettent, en tant qu'alternative à l'intégration proportionnelle, d'appliquer aux entités contrôlées conjointement la méthode de la mise en équivalence. Ceci conduit à ne plus consolider la contribution en chiffre d'affaires de ces entités, et en particulier, celle apportée par EADS.

Les chiffres comparatifs présentés sont établis en appliquant rétroactivement cette méthode au 1^{er} trimestre 2006.

Les évolutions marquantes du 1^{er} trimestre 2007 ont été :

- **Lagardère Publishing** (ex division Livre) – Bonne performance tirée notamment à l'international par les activités espagnoles et par Hodder Headline et, en France, par l'Education et la Distribution.
- **Lagardère Active** (ex division Presse et Lagardère Active) – Début d'année en légère progression avec une performance meilleure qu'attendue en Radio et dans les Chaînes Thématiques. Les radios à l'international bénéficient toujours d'une forte croissance. L'activité Magazines (80 % des ventes du pôle) est stable dans un contexte de marché qui reste difficile.
- **Lagardère Services** (ex division Distribution Services) – Légère croissance en début d'année reflétant l'effet de la transition s'effectuant entre les activités de grossiste (en recul notamment en Espagne et en Belgique) et les activités de détail (en nette progression pour Aelia, dans les Pays de l'Est et en Asie).
- **Lagardère Sports** (Sportfive et Newsweb) – Très bon début d'année pour Sportfive.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation 2007/2006 brute	Variation 07/06 retraitée à données comparables
	31.03.07	31.03.06		
LAGARDERE	1 908,2	1 752,4	8,9 %	1,2 %
- Lagardère Publishing	411,2	318,2	29,2 %	3,0 %
- Lagardère Active	519,9	558,6	(6,9 %)	0,9 %
o Presse	414,0	425,5	(2,7 %)	0,4 %
o Broadcast & Broadband	105,9	133,1	(20,4 %)	2,6 %
- Lagardère Services	863,7	875,6	(1,4 %)	0,7%
- Lagardère Sports	113,4	-		-

^(*) à périmètre et taux de change constants.

Lagardère Publishing

L'activité progresse de + 29,2 % à 411,2 M€, sous l'effet notamment de l'intégration des ventes de Time Warner Book Group (+ 83 M€), consolidées en 2006 à partir du 2^{ème} trimestre.

A données comparables, le chiffre d'affaires à fin mars 2007 progresse de + 3,0 %.

En France, l'Education progresse sensiblement, tirée par les ventes scolaires et parascolaires (Hachette et Hatier). La Distribution bénéficie de l'arrivée des nouveaux contrats Dunod, Dalloz et Armand Colin. La Littérature reste en léger retrait, les fortes ventes de livres politiques ne compensant que partiellement l'effet de base élevé dû aux ouvrages de Dan Brown publiés par Lattès.

En Espagne, Anaya connaît un très bon début d'année en Edition générale et en Education.

En Angleterre, Hodder Headline poursuit sa forte performance de 2006 dans tous les secteurs (Littérature Générale, Livres pour enfants et Education).

Lagardère Active

Le pôle affiche une légère progression en données comparables de + 0,9 % et un recul de ses ventes en données brutes de - 6,9 % à 519,9 M€ dus pour l'essentiel à la mise en équivalence des activités de Cellfish.

Presse

Les ventes de la division Magazines reculent de - 2,7 % (données brutes) sur le trimestre et s'établissent à 414 M€.

Le recul du Dollar par rapport à l'Euro (- 8,3 %) explique l'essentiel de la décroissance reportée.

A données et changes comparables, l'activité est stable : + 0,4 % par rapport au 1^{er} trimestre 2006.

Les tendances observées sur l'année 2006 perdurent en 2007, sans signe notable d'inflexion.

- La tendance générale de la publicité, hors pays émergents, est morose, notamment sur la France.
- La diffusion reste faible, en particulier sur les segments masculins, hebdomadaires TV et Woman's Day. En revanche, elle demeure très soutenue sur le cœur de l'activité (Elle dans tous les pays, Public, Isa, Paris Match...).
- Les ventes au numéro de HFM continuent à être également impactées par les fermetures de magazines peu performants réalisées en 2006 et au début 2007. Les ventes subissent l'impact des fermetures notamment en France de Zurban, Maximal, Match du Monde, L'Echo des Savanes ; aux Etats-Unis, de Elle Girl, For Me, Shock et Premiere ; en Espagne, de Xtreme Tuning & Racing et Maxim.
- L'activité en Chine et en Russie continue sa très forte progression, autant sur le plan des diffusions que sur celui de la publicité.

Broadcast & Broadband

Le chiffre d'affaires réalisé par la division Broadcast & Broadband est en recul depuis le début de l'année de - 20,4 % en données brutes. Ce déclin est lié à des effets de périmètres (cessions de la société de production DMLS TV et de La Chaîne Météo encore consolidées au 1^{er} trimestre 2006), et surtout au passage à la consolidation par mise en équivalence de Cellfish (26 M€ de ventes au 1^{er} trimestre 2006).

En données comparables, la division progresse de + 2,6 %.

Le 1^{er} trimestre est en avance par rapport aux attentes du groupe :

Radio

Trimestre satisfaisant en France (+ 2,2 %) où l'accès des annonceurs de la grande distribution aux chaînes hertziennes historiques ne se fait que peu sentir. A l'étranger, le réseau continue de bénéficier d'une très forte croissance, + 24 %, tirée principalement sur ce trimestre par la Russie.

Télévision

Les chaînes thématiques délivrent une bonne surprise avec des ventes en hausse sensible (+ 8,9 %) : les baisses de redevances par abonné versées par la nouvelle plate-forme issue de la fusion CanalSat/TPS sont compensées par les bénéfices publicitaires et l'extension de la base d'audience auxquels s'ajoutent de bonnes performances des régies (RTL9).

La Production TV subit au 1^{er} trimestre un effet de phasage dans les livraisons, qui explique le recul de 17 % du chiffre d'affaires. Certaines séries et émissions se sont arrêtées (« Nous ne sommes pas des anges », « Le Négociateur », « Sauveur Giordano »), et les nouvelles ne commenceront à être livrées que plus tard dans l'année.

Lagardère Services

Le pôle progresse de + 0,7 % à données comparables sur le trimestre (- 1,4 % en données brutes), à 863,7 M€.

Les tendances enregistrées sur le 2^{ème} semestre 2006 se prolongent sur le 1^{er} trimestre 2007. La transition vers les activités de détail et les zones d'Europe de l'Est et d'Asie (à taux de croissance et taux de marges supérieurs à ceux observés dans les activités de grossiste) se poursuit activement.

- Aelia profite toujours de la hausse du trafic aérien.
- La croissance reste très soutenue dans les activités de détail. L'Allemagne (plus de + 10 % de croissance sur le trimestre) bénéficie notamment du gain de la concession de la gare de Berlin. Dans les pays de l'Est et dans la zone Asie, la progression est toujours très forte.
- En revanche, les activités de grossiste en Espagne et en Belgique poursuivent leur recul lié au ralentissement des ventes de presse, de magazines et de cartes téléphoniques. Par ailleurs, les ventes de fascicules en Espagne (tous éditeurs confondus) ont connu un mauvais démarrage.

Lagardère Sports

Lagardère Sports contribue pour la première fois aux ventes consolidées de Lagardère SCA à hauteur de 113,4 M€.

Le début d'année de Sportfive, principal contributeur du pôle, est très bon, tiré par l'impact des matchs de qualification pour l'Euro 2008.

Par ailleurs, le groupe bénéficie de l'impact de la Coupe du Monde de Handball en 2007 (événement quadriennal).

Ces éléments viennent compenser l'absence de revenus en provenance de l'African Cup of Nations (événement se tenant tous les deux ans les années paires).

Perspectives

Pour Lagardère Publishing, les perspectives de la division sont bonnes pour 2007, notamment pour l'Education en France et en Espagne, et pour la Littérature aux Etats-Unis.

Pour Lagardère Active, la visibilité reste très réduite en Radio et ne permet pas de faire de pronostics très avancés. La Production devrait renouer avec une croissance soutenue grâce à des livraisons attendues pour les trimestres à venir. En Presse, pas de changement anticipé dans les tendances de marché observées au 1^{er} trimestre. Le groupe poursuit son travail de repositionnement du pôle sur un nombre réduit de segments et de pays, tout en développant ses activités numériques de façon organique et par acquisition (à l'instar de Jumpstart qui devrait rejoindre le groupe au cours du 2^{ème} trimestre).

Pour Lagardère Services, la bonne progression des activités de détail devrait soutenir le taux de croissance sur le reste de l'année.

L'activité de Lagardère Sports devrait connaître une bonne année, en ligne avec les attentes du groupe.

Ces perspectives confirment l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant Média qui devrait s'établir 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 1,30
- hors intégration de Lagardère Sports

Paris, le 10 mai 2007

Leader dans le domaine des médias (livre, presse, audiovisuel, distribution de produits culturels, et droits sportifs), 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	lcarozzi@lagardere.fr
-----------------	---------------------	--