

Spir Communication a enregistré au premier trimestre 2009 un chiffre d'affaires de 157,8 M€, en baisse de 8,3%, dans un marché publicitaire dégradé.

PÔLE CLASSIFIED

CA 1^{er} trimestre 2009 : **69,6 M€ -23,6%**

Le pôle Classified a réalisé au premier trimestre 2009 un chiffre d'affaires de 69,6 M€, en baisse de 23,6%. La poursuite de la dégradation du marché de la presse gratuite d'annonces a pénalisé les activités Print du pôle, tandis que les performances des activités Web sont restées dynamiques.

PRINT :
CA 1^{er} trimestre 2009 **58,4 M€ -27,6%**

La détérioration globale de la consommation des ménages et en particulier la dégradation des marchés de l'immobilier et de l'automobile ont continué à peser significativement sur les niveaux d'investissements publicitaires des annonceurs, tant en France qu'à l'International. Cela s'est traduit pour les activités Print du groupe par une baisse de 27,6% des ventes au premier trimestre. Dans ce contexte, le groupe a poursuivi activement la mise en œuvre de son plan de réorganisation de la presse gratuite d'annonces, décidé fin 2008, qui se déroule conformément aux objectifs. A l'issue du premier trimestre 2009, les activités Print représentent 37% du chiffre d'affaires du groupe, en comparaison des 47% de la fin du premier trimestre 2008.

WEB :
CA 1^{er} trimestre 2009 **11,2 M€ +8,4%**

Les activités Web, qui représentent à fin de période 16% du chiffre d'affaires du pôle Classified, ont progressé de 8,4% malgré un contexte de ralentissement général du marché publicitaire sur internet. Les positions de leader de CarBoatMédia (*La Centrale* et *Caradisiac*) et de *Leboncoin.fr* leur ont permis de confirmer leur dynamisme commercial indépendamment de cette conjoncture publicitaire.

Dans un contexte conjoncturel qui restera détérioré sur l'ensemble du semestre, Spir Communication poursuit son adaptation continue aux nouvelles conditions de marché. Le pôle Classified a enregistré une chute brutale de ses revenus au mois de janvier 2009 et ensuite une stabilisation pour le reste du premier trimestre. Bien que la visibilité soit réduite, le groupe escompte une poursuite de cette stabilisation au deuxième trimestre 2009. Pour le pôle Mail, l'objectif du groupe est d'optimiser ses coûts de structure, de valoriser ses produits et de maîtriser la montée en puissance d'*Adrexo Colis*.

ACTEUR GLOBAL DE LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ

Topannonces.fr

LOGIC-IMMO
logic-immo.com

La Centrale
Le numéro 1 du véhicule d'occasion

leboncoin.fr
vendez, achetez, près de chez vous

LUX ESIDENCE
IMMOBILIER VERSION LUXE

caradisiac

IMPRIMERIES
ips

20 minutes

ADREXO

ADREXO pub

ADREXO Colis

(En M€)	2008	2009	▲
Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre	172,0	157,8	-8,3%
dont France	166,7	153,6	-7,8%
dont International	5,3	4,2	-20,8%

PÔLE MAIL

CA 1^{er} trimestre 2009 : **88,2 M€ +8,9%**

Le pôle Mail a réalisé une bonne performance au premier trimestre 2009, avec une progression de 8,9% de son chiffre d'affaires, malgré un environnement économique difficile.

DISTRIBUTION NON ADRESSÉE (*Adrexo Pub*) :
CA 1^{er} trimestre 2009 **72,8 M€ +2,5%**

Les activités de distribution d'imprimés publicitaires en boîtes aux lettres ont augmenté de 2,5% au premier trimestre. La part de marché du groupe continue de progresser, essentiellement auprès des Grands Comptes, dont les volumes d'imprimés se développent. Le groupe tire les premiers fruits de ses efforts d'investissements dans la qualité réalisés en 2008.

DISTRIBUTION ADRESSÉE (*Adrexo Colis*) :
CA 1^{er} trimestre 2009 **15,4 M€ +55,3%**

La forte progression du chiffre d'affaires d'*Adrexo Colis*, avec une hausse de plus de 55%, a été permise grâce au démarrage de plusieurs nouveaux contrats. Cette performance commerciale repose notamment sur le bon positionnement de l'offre colis (livraison à domicile ou mise à disposition en point relais) mise en place fin 2008.