



Lagardère

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ 1^{ER} TRIMESTRE 2006 DE LAGARDERE SCA :
+ 10,5 % EN DONNEES BRUTES**

**STABILITE DE LAGARDERE MEDIA EN DONNEES BRUTES
ET CROISSANCE DE + 1,3 % A DONNEES COMPARABLES^(*)**

Au 31 Mars 2006, le chiffre d'affaires de Lagardère Media publié reste stable à hauteur de 1 794 M€, et progresse de +1,3% à données comparables.

La croissance de l'activité au premier trimestre est peu représentative de l'évolution annuelle compte tenu de son faible poids (autour de 20% du chiffre d'affaires annuel) et des forts effets de base de comparaison, de saisonnalité, et de mix produit. Le début d'année 2006 est en ligne avec les prévisions du groupe.

Les évolutions marquantes du 1^{er} trimestre 2006 ont été :

- **Livre** – Performance pénalisée comme attendu par un effet de base élevé, notamment en Littérature Générale (ventes soutenues de Dan Brown au premier semestre 2005). Hors impact Dan Brown, les divisions enregistrent des progressions satisfaisantes dans l'ensemble.
- **Presse** – Début d'année en progression, grâce à la poursuite de la reprise de la croissance publicitaire qui compense la faiblesse des diffusions.
- **Distribution Services** – Bon trimestre, illustrant l'amélioration régulière de l'activité en France (Aelia) et la forte progression des ventes à l'étranger (Europe de l'Est et Asie).
- **Lagardere Active** – Trimestre en retrait (comme attendu) du fait d'un effet de base très exigeant en Production TV. Bonne performance en radio, en particulier à l'international.

Le chiffre d'affaires consolidé de LAGARDERE SCA, incluant la contribution EADS (+ 28,4%), progresse de + 10,5% sur le trimestre et atteint 3 152 M€.

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

| | Chiffre d'affaires (M€) | | Variation 2006/2005 brute | Variation 06/05 retraitée à données comparables |
|--------------------------|-------------------------|----------------|---------------------------------|--|
| | 31.03.06 | 31.03.05 | | |
| . LAGARDERE MEDIA | 1 794,2 | 1 794,9 | 0,0 % | 1,3 % |
| - Livre | 321,5 | 327,4 | (1,8) % | (0,4) % |
| - Presse | 449,0 | 433,4 | 3,6 % | 0,8 % |
| - Distribution Services | 889,5 | 890,5 | (0,1) % | 3,6 % |
| - Lagardere Active | 134,2 | 143,6 | (6,5) % | (6,7) % |
| . EADS | 1 357,6 | 1 057,6 | 28,4% | ND |
| LAGARDERE SCA | 3 151,8 | 2 852,5 | 10,5% | ND |

ND : non disponible

LAGARDERE MEDIA

Pour le pôle "**Lagardère Media**", l'évolution en données comparables s'établit à + 1,3 %.

- **Hachette Livre**

Hachette Livre n'intègre pas le chiffre d'affaires réalisé par l'éditeur Time Warner Book Group qui sera consolidé à partir du second trimestre.

A données comparables, le chiffre d'affaires à fin mars 2006 est stable (-0,4%) ce qui est une performance satisfaisante compte tenu de la très forte progression de l'activité enregistrée au premier trimestre 2005 (+ 8,7 % en données comparables).

Cet effet de base s'explique avant tout par l'effet Dan Brown : les ventes de "*Da Vinci Code*" (450 000 exemplaires sur le 1^{er} trimestre 2005), et de "*Anges & Démons*" (600 000 exemplaires), soit un total de 1.2 millions d'unités, ont propulsé la Littérature Générale à des niveaux records de croissance (supérieurs à 20 %) en 2005. En revanche, en 2006, les ventes de « *Deception Point* », très prometteuses, ne s'élèvent "qu'à" 500 000 exemplaires.

Les autres divisions, à l'exception de Larousse qui connaît un début d'année inégal, enregistrent des progressions satisfaisantes et conformes aux attentes, avec notamment une belle performance de la Littérature générale en Angleterre et des fascicules.

- **Hachette Filipacchi Médias**

Hachette Filipacchi Médias réalise une progression de 0,8% à données comparables (et de +3,6% en données brutes, grâce notamment à des effets changes favorables), fruit d'évolutions opposées de la publicité et de la diffusion.

- La tendance générale de la publicité est bonne, et cela sur tous les pays, dont la France ;
- La diffusion reste en revanche faible, avec une croissance légèrement négative. Ce phénomène s'observe sur la grande majorité des marchés dans lesquels opère HFM ;
- Les ventes au numéro de HFM sont également impactées par les fermetures de magazines peu performants réalisées en 2005. L'Italie, où quatre titres ont été arrêtés au premier trimestre 2005, en est la principale illustration ;
- L'activité en Chine et en Russie continue sa très forte progression.

- **Hachette Distribution Services**

Hachette Distribution Services progresse de + 3,6 % à données comparables sur le trimestre (- 0,1 % en données brutes).

S'inscrivant dans l'effort général d'amélioration du mix produit et de réduction des risques opérationnels, une modification contractuelle importante entre AMP (filiale belge) et certains de ses clients est intervenue, qui devrait permettre une amélioration de la profitabilité future de cette société.

Cette opération implique également un nouveau mode de comptabilisation des ventes (comptabilisées à partir de 2006 sur la base de la seule commission de distribution), expliquant la différence entre la croissance à données comparables et la croissance en données brutes.

Sur le trimestre, la bonne tendance enregistrée sur le deuxième semestre 2005 s'est amplifiée :

- Aelia poursuit sa reprise amorcée en 2005, et liée à un redémarrage du trafic aérien ;
- Virgin continue de souffrir de la faiblesse des ventes de musique et de DVD, et cela malgré la bonne tenue des ventes de livres. L'activité dans les magasins Relay reste atone. La faiblesse des ventes de tabac, de quotidiens et de magazines est compensée par la progression des ventes de produits à marges supérieures (livres, confiseries, ...) ;
- La croissance très soutenue dans les pays de l'Est et dans la zone Asie ne faiblit pas et apporte une contribution significative à l'évolution positive de la branche Distribution.

- **Lagardere Active**

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble Lagardere Active est en recul depuis le début de l'année : - 6,7 % à données comparables et - 6,5 % en données brutes.

La raison principale en est un effet de base très exigeant : l'activité au premier trimestre 2005 avait progressé de + 19,1 % à données comparables.

Y compris effet de base, le premier trimestre est en ligne avec les attentes du groupe :

Radio – Très bon trimestre marqué par une progression de + 8,5%. En France la bonne santé de Europe 1 compense les faibles performances de Europe 2 et de RFM. A l'étranger, le réseau continue de bénéficier d'une très forte croissance.

Télévision – La Production TV retourne à un niveau d'activité plus récurrent, ce qui entraîne une baisse (attendue) de ses ventes (-32%), après un premier trimestre 2005 (+ 62 % de progression des ventes) marqué notamment par les livraisons des films « *Boudu* » et « *D'Artagnan et les Trois Mousquetaires* ». Les chaînes thématiques sont en recul (- 18,0 %), en raison essentiellement de l'impact sur les ventes de la fermeture de la chaîne déficitaire Match TV intervenue au troisième trimestre 2005.

Lagardere Active Broadband – La division enregistre une croissance de +3,1% sur le trimestre à données comparables. La poursuite de la forte croissance des ventes aux Etats-Unis est partiellement compensée par le déclin des ventes de Hachette Multimédia (CD-Rom).

Perspectives

Le marché du Livre reste porteur, et les perspectives de la division sont bonnes pour 2006. L'effet de base « *Dan Brown* » devrait s'estomper progressivement. La croissance de l'activité Education, en France et en Espagne (où une réforme significative est prévue) devrait notamment bénéficier à la dernière partie de l'année.

En Presse, le marché publicitaire reste bien orienté, mais les diffusions ne donnent pas de signe de reprise. La croissance du deuxième trimestre devrait être en ligne avec celle enregistrée depuis le début de l'année.

En Distribution, la bonne tendance devrait se poursuivre (hors ventes de musique et de DVD).

Pour Lagardere Active, les effets négatifs liés à l'effet de base Production TV et à la fermeture de Match TV devraient se poursuivre au deuxième trimestre avant de s'estomper au second semestre.

Ces perspectives confirment l'objectif de croissance du résultat opérationnel courant Média 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 14,95 % de celui réalisé par le groupe EADS (contre 15,10 % en 2005).

La quote-part de chiffre d'affaires d'EADS consolidée par Lagardère SCA à fin mars 2006 s'élève à 1,36 milliards d'euros, en progression de 28,4% par rapport au premier trimestre 2005.

Les revenus d'Airbus sont tirés par la croissance des livraisons : 101 appareils ont été livrés, contre 87 au premier trimestre de l'année précédente. La division Transport militaire voit son chiffre d'affaires croître très significativement grâce aux progrès effectués dans le développement de l'A400M. Les revenus de la division Espace sont quasi stables, le premier trimestre 2005 avait bénéficié d'importantes livraisons en satellites. Eurocopter, porté par ses activités civiles, voit son chiffre d'affaires augmenter de 26%. Enfin, la croissance de la division Défense a été assurée par les activités liées à l' Eurofighter et à MBDA.

Paris, le 9 mai 2006

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 14,95 % dans EADS. Le groupe a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 13 013 M€. Le groupe Lagardère est coté au Premier Marché de la Bourse de Paris.

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