

172 M€ +5,6%

PÔLE CLASSIFIED

CA 1^{ème} trimestre 2008 : 91,0 M€ +4,3%

Le pôle Classified enregistre au 1^{er} trimestre un rythme de croissance dans la continuité du quatrième trimestre 2007. Cette croissance s'appuie notamment sur le dynamisme des activités Web des sites thématiques immobilier (*logic-immo.com* et *lux-residence.com*) et automobile (*lacentrale.fr* et *caradisiac.com*).

PRINT : CA T1 2008 80,7 M€ +0,9%

Les activités Print du groupe enregistrent sur la période des performances contrastées, en ligne avec les tendances observées fin 2007. Les magazines thématiques immobilier poursuivent ainsi leur dynamique, tant en France (+ 9,3%) qu'à l'international (+ 28,1%). Les imprimeries réalisent un bon 1^{er} trimestre avec une progression de 16% de leur chiffre d'affaires. Dans un contexte de marché toujours aussi difficile, les journaux gratuits d'annonces font quant à eux l'objet d'un plan de relance orienté prioritairement sur le développement commercial de l'activité.

WEB : CA T1 2008 10,3 M€ +41,5%

Les activités Web, structurées autour de 7 sites Internet, poursuivent leur croissance soutenue et confirment le groupe Spir Communication dans son statut d'acteur majeur des petites annonces sur Internet en France. A fin de période, le Web représente déjà 11,3% du chiffre d'affaires du pôle Classified, contre 8,3% l'an dernier.

Avec un chiffre d'affaires en progression de 35% et une croissance significative de leur audience, les sites thématiques immobilier confortent leur position de challenger en France, grâce notamment au succès commercial des packs Web (+60%). CarBoatMedia, leader en France de l'automobile sur Internet, réalise également un très bon 1^{er} trimestre avec une croissance de 33% de son chiffre d'affaires.

Enfin, la progression record de l'audience du site généraliste leboncoin.fr (2,36 millions d'internautes, 1,2 milliard de pages vues et plus de 2 millions d'annonces en ligne en mars 2008) permet à ce dernier de se hisser au rang de premier site de petites annonces gratuites en France.

Malgré un contexte économique peu favorable, Spir Communication a pour objectif de réaliser, sur l'ensemble de l'exercice 2008, une progression du chiffre d'affaires supérieure à 5%.

ACTEUR GLOBAL DE LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ



(En M€)	2007	2008	▲
Chiffre d'affaires 1^{ème} trimestre	162,9	172,0	+5,6%
dont France	158,7	166,7	+5,0%
dont International	4,2	5,3	+28,1%

Spir Communication a réalisé au 1^{er} trimestre 2008 un chiffre d'affaires de 172 M€, en hausse de 5,6%. La croissance organique s'est établie à 3,4% sur la période.

PÔLE MAIL

CA 1^{ème} trimestre 2008 : 81,0 M€ +7,1%

Le chiffre d'affaires du pôle Mail réalisé au 1^{er} trimestre est parfaitement en ligne avec les attentes du groupe avec notamment une bonne dynamique de l'activité de Distribution Non Adressée. Parallèlement, la mise en œuvre de la fermeture du réseau dédié courrier *Adrexo Mail* se déroule conformément au plan de marche établi et annoncé par le groupe en février 2008. Cette fermeture devrait entraîner un coût total de 13 M€ qui sera comptabilisé au 1^{er} semestre 2008, à comparer à une perte opérationnelle de près de 18 M€ constatée en 2007.

DISTRIBUTION NON ADRESSÉE : CA T1 2008 66,4 M€ +7,4%

Dans un marché stable, l'activité de Distribution Non Adressée d'imprimés publicitaires en boîtes aux lettres enregistre une croissance de 7,4% qui permet à *Adrexo* d'accroître sa part de marché.

DISTRIBUTION ADRESSÉE : CA T1 2008 14,6 M€ +5,6%

L'activité de Distribution Adressée, qui regroupe notamment la distribution de colis, catalogues et annuaires, n'intègre pas le chiffre d'affaires d'*Adrexo Mail* réalisé sur la période, compte tenu qu'il sera comptabilisé dans le résultat des activités abandonnées. Le groupe Spir Communication focalise à présent toutes ses ressources sur l'exploitation du potentiel commercial de son réseau national (244 centres de distribution *Adrexo*, 15 centres logistique *Distrihome* et 3 000 points relais) sur des marchés en croissance rentable, qui offrent des leviers de développement importants pour le groupe.