



Lagardère

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Lagardère Travel Retail signe un accord en vue de l'acquisition de Hojeij Branded Foods (HBF), un leader de la Restauration sur le marché du Travel Retail en Amérique du Nord
Une étape majeure dans son développement sur le continent**

Paris, le 15 août 2018

Lagardère Travel Retail annonce la signature d'un accord portant sur l'acquisition de 100 % du capital de Hojeij Branded Foods (HBF), entité qui rejoindra Paradies Lagardère, sa division nord-américaine.

La finalisation de cette transaction est soumise à plusieurs conditions habituelles, dont l'obtention des autorisations réglementaires et l'accord de certaines tierces parties.

La combinaison des activités de Lagardère Travel Retail et de HBF aboutirait à la création d'un acteur pesant 1,1 milliard de dollars, numéro trois sur le marché nord-américain du Travel Retail et du Foodservice. Le montant de l'acquisition, payable en numéraire, a été fixé à 330 millions de dollars¹.

Hojeij Branded Foods, un leader du Foodservice en Amérique du Nord

Fondée en 1996 par Wassim et Kathy Hojeij, l'entreprise HBF compte parmi les leaders du segment Restauration en aéroport du continent nord-américain. Elle a son siège à Atlanta et opère plus de 124 bars et restaurants à travers 38 aéroports aux États-Unis et au Canada.

HBF a enregistré un chiffre d'affaires total de 225 millions de dollars en 2017. Elle s'est par ailleurs constitué un solide portefeuille de contrats, dont certains lancés en 2018 et d'autres prévus pour 2019. Son important développement de ces dernières années peut être attribué à son excellence opérationnelle reconnue, à l'octroi de nouvelles concessions ainsi qu'à l'acquisition, en 2017, de la marque Vino Volo, numéro un des bars à vins en aéroport aux États-Unis et au Canada.

Le portefeuille de HBF rassemble plus de 40 marques partenaires et concepts propres, du café à la restauration rapide et traditionnelle, notamment illy Caffè, LongHorn Steakhouse, Chick-Fil-A, P.F. Chang's, Pei Wei et Cat Cora. HBF est présente dans plusieurs des principaux aéroports du continent, dont Atlanta, Dallas Ft. Worth, Detroit, Newark, Orlando, Salt Lake City et San Francisco. Ses contrats ont une maturité moyenne de plus de sept années. La marque Vino Volo est présente dans 33 aéroports aux États-Unis et au Canada.

¹ Sur une base de trésorerie et de dette nulle, nette de la part des partenaires dans les joint-ventures opérationnels (programmes ACDBE) estimée à 16 % sur la période du *business plan*.

Arnaud Lagardère, Associé-Commandité, Gérant de Lagardère SCA, déclare :
« Cette transaction s'inscrit pleinement dans le recentrage stratégique du groupe Lagardère, avec une priorité donnée au développement des activités de Lagardère Publishing et de Lagardère Travel Retail. Elle constitue, en particulier, un exemple du réemploi des produits de cessions dans des activités offrant des synergies opérationnelles importantes et donc une relation à la fois en termes de Résop et de cash pour l'ensemble du Groupe. Lagardère Travel Retail poursuit sa croissance aux États-Unis avec une équipe qui a déjà démontré toute son efficacité. »

Renforcement de Lagardère Travel Retail en Amérique du Nord

La combinaison des activités de Lagardère Travel Retail et de HBF aboutirait à la création d'un acteur pesant 1,1 milliard de dollars sur le marché nord-américain et se classant à la troisième place parmi les opérateurs de concessions aéroportuaires ainsi que sur le segment du Foodservice. Par cette acquisition, Lagardère Travel Retail enrichirait son portefeuille de concepts avec des marques reconnues et complémentaires (marques nationales et internationales ainsi que de concepts locaux) et bénéficierait de nouvelles implantations de long terme dans des aéroports majeurs. Le déploiement de synergies commerciales et marketing devrait permettre de saisir de nombreuses opportunités de développement (nouvelles concessions) et d'améliorer le chiffre d'affaires.

Au-delà des synergies liées au chiffre d'affaires, la transaction générerait des synergies opérationnelles et de coûts significatives et ce, dès la première année d'intégration. Le montant récurrent des synergies pourrait s'élever à environ 10 millions de dollars par an à compter de la quatrième année suivant l'acquisition.

Performante et expérimentée, l'équipe de management de HBF restera aux commandes de l'entreprise, ce qui facilitera la réussite de l'intégration.

Une transaction créatrice de valeur

Cette acquisition a été valorisée à 330 millions de dollars² (393 millions de dollars, bruts de la part des partenaires), soit sept fois l'EBITDA pro forma³ estimé de HBF pour l'exercice 2018, compte tenu des synergies récurrentes.

Le financement de l'acquisition s'inscrit dans le cadre du réemploi des produits de cessions liées au plan de recentrage stratégique du Groupe lancé depuis le début de l'année.

La transaction devrait être finalisée au cours du quatrième trimestre de 2018.

Un intérêt stratégique pour Lagardère Travel Retail

Cette acquisition majeure permettrait à Lagardère Travel Retail d'ouvrir un nouveau chapitre de sa stratégie de croissance en :

- consolidant sa présence en Amérique du Nord, marché stratégique et fortement résilient, porté par l'augmentation du trafic aérien et la création de nouveaux espaces commerciaux au sein des aéroports ;
- renforçant un acteur majeur du segment Foodservice sur le marché nord-américain du Travel Retail, fort d'une solide position concurrentielle (présence combinée dans quelque 110 aéroports) ;
- saisissant des opportunités de croissance grâce à la taille critique atteinte à travers tous les segments et sur l'ensemble du territoire des États-Unis et du Canada.

² Sur une base hors dette et liquidités, nette de la part des partenaires dans les joint-ventures opérationnelles (programmes ACDBE) estimée à 16 % sur la période du *business plan*.

³ L'EBITDA pro forma correspond à l'EBITDA publié ajusté pour tenir compte des performances attendues au titre des ouvertures et fermetures de magasins en 2018 ainsi que de l'impact de 10 millions de dollars attendu en année pleine au titre des synergies récurrentes.

Dag Rasmussen, Président-Directeur Général de Lagardère Travel Retail, commente : « Cette acquisition renforce considérablement la présence de Lagardère Travel Retail sur le segment du Foodservice. Elle est conforme à notre stratégie visant la croissance sur les trois segments du Travel Retail : Duty Free & Fashion, Travel Essentials et Foodservice. Elle nous permet d'étoffer notre portefeuille de concessions et de développer nos relations avec nos marques partenaires et fournisseurs. Nous sommes enchantés d'accueillir HBF au sein de notre groupe. Ensemble, nous allons chercher à bâtir un leader en Amérique du Nord et à conquérir de nouveaux marchés. »

Gregg Paradies, Président-Directeur Général de Paradies Lagardère, ajoute : « Nous sommes ravis d'unir nos forces à celles de HBF, leader du secteur avec qui nous partageons un même engagement pour la qualité, une même excellence du service client et une même culture familiale. Cette acquisition va accélérer notre croissance et nous permettre d'atteindre notre objectif : devenir l'un des premiers et des meilleurs opérateurs dans le domaine du Foodservice en aéroport en Amérique du Nord. »

Regynald G. Washington, Directeur Général de HBF, conclut : « HBF et Paradies Lagardère étaient faites pour combiner leurs forces. Ces deux entités sont reconnues pour leur expertise opérationnelle, la qualité irréprochable de leur service client et leur fort engagement envers leurs employés. »

Une présentation est disponible sur le site www.lagardere.com

Le groupe Lagardère est un des leaders mondiaux de l'édition, la production, la diffusion et la distribution de contenus dont les marques fortes génèrent et rencontrent des audiences qualifiées grâce à ses réseaux virtuels et physiques.

Il se structure autour de quatre métiers : Livre et Livre numérique ; Travel Retail ; Presse, Audiovisuel, Digital et Régie publicitaire ; Sports et Entertainment.

Le marché de référence du titre Lagardère est Euronext Paris.

www.lagardere.com

Contacts Presse Lagardère Travel Retail

Vanessa MIREMONT

tél. 01 42 99 07 14

v.miremont@lagardere-tr.com

Contacts Presse Lagardère

Thierry FUNCK-BRENTANO

tél. 01 40 69 16 34

tfb@lagardere.fr

Ramzi KHIROUN

tél. 01 40 69 16 33

rk@lagardere.fr

Contact Relations Investisseurs

Florence LONIS

tél. 01 40 69 18 02

flonis@lagardere.fr