



Tamedia SA
Communication d'entreprise

+41 44 248 41 90 D
communication@tamedia.ch
www.tamedia.ch

Communiqué

Tamedia: un marché de la publicité imprimée en baisse et la correction de valeur résultant de la faillite de Publicitas caractérisent les comptes semestriels

Le groupe de médias suisse Tamedia a réalisé un produit d'exploitation de 477.5 millions de francs (-0.1 pour cent) au premier semestre. Globalement, la baisse du chiffre d'affaires sur le marché de la publicité imprimée s'est élevée à 15.6 millions de francs pour Tamedia en comparaison avec la valeur de l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation (EBIT) a subi une forte baisse, à 52.7 millions de francs (-44.6 pour cent, marge EBIT de 11.0 pour cent), en raison notamment d'une correction de valeur sur créances de 5.0 millions de francs consécutive à la faillite de l'agence de publicité Publicitas et de charges de prévoyance selon IAS 19 majorées de 27.8 millions de francs. Par ailleurs, le résultat normalisé après impôts, qui ne tient pas compte des effets spéciaux de 45.4 millions de francs, se situe en dessous du niveau de l'exercice précédent (54.5 millions de francs).

Zurich, le 28 août 2018 – Avec des revenus de 477.5 millions de francs au premier semestre 2018, Tamedia a pratiquement atteint la valeur de l'exercice précédent de 477.8 millions de francs. Le résultat avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) a, en revanche, baissé fortement – de 32.9 pour cent – à 85.4 millions de francs (exercice précédent: 127.3 millions de francs). Les deux principaux moteurs de cette évolution négative sont, d'une part, la correction de valeur sur créances de 5.0 millions de francs suite à la faillite de l'agence de publicité Publicitas et, d'autre part, la charge de prévoyance selon l'IAS 19 majorée de 27.8 millions de francs. Les charges financières et les produits financiers ont augmenté, notamment suite aux fluctuations de change, qui se sont toutefois neutralisées au final. Le résultat avant intérêts et impôts (EBIT) a baissé de 44.6 pour cent, à 52.7 millions de francs (exercice précédent: 95.2 millions de francs). Le résultat normalisé après impôts, qui ne tient pas compte des effets spéciaux de 45.4 millions de francs, se situe en dessous du niveau de l'exercice précédent (54.5 millions de francs). Les fonds propres ont enregistré une baisse de 1.1 million de francs, à 1968.5 millions de francs. Le taux d'autofinancement atteint un excellent niveau, à 78.3 pour cent.

Christoph Tonini, président de la Direction générale de Tamedia: «Par rapport à l'exercice précédent, les recettes de notre groupe sur le marché de la publicité imprimée ont baissé de 15 millions de francs. En raison de la faillite de Publicitas, nous avons en outre subi une correction

de valeur. Ces deux effets pèsent sur le résultat. Nous avons cependant aussi réussi à enregistrer des progrès satisfaisants dans le développement de notre offre numérique de News et dans le secteur Places de marché et Participations. Je suis donc confiant pour le second semestre.»

Au total, les offres du secteur Places de marché et Participations et des médias de News numériques de Tamedia ont contribué à hauteur de 187.7 millions de francs (exercice précédent: 175.6 millions de francs), soit 39.3 pour cent, aux revenus total (pro forma). La part de toutes les offres numériques dans l'EBITDA a atteint 59.9 millions de francs (exercice précédent: 63.3 millions de francs), soit 70.1 pour cent, et la part dans l'EBIT, 43.4 millions de francs (exercice précédent: 46.8 millions de francs), soit 82.3 pour cent. La baisse des montants par rapport à l'exercice précédent s'explique par la répartition des charges de prévoyance selon IAS 19 qui, en 2017, étaient inférieures de 27.8 millions de francs à la période sous revue actuelle.

Chiffres-clés	2018-6 en mio. CHF	2017-6 en mio. CHF	Variation en pour cent
Groupe Tamedia			
Revenu	477.5	477.8	-0.1
Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)	85.4	127.3	-32.9
Marge (en pour cent)	17.9	26.6	-32.9
Résultat opérationnel (EBIT)	52.7	95.2	-44.6
Marge (en pour cent)	11.0	19.9	-44.6
Résultat net	39.9	76.6	-47.9
dont part des actionnaires de Tamedia	26.3	65.5	-59.9
Cash flow opérationnel	98.8	106.9	-7.6
Actifs	2 514.8	2 513.3 ¹	0.1
Taux d'autofinancement (en pour cent) ²	78.3	78.4 ¹	-0.1
Médias payants			
Revenus	285.0	297.9	-4.3
dont intersegment	7.7	9.1	-14.8
EBITDA	21.6	37.1	-41.8
Marge EBITDA (in pour cent) ³	7.6	12.5	-39.2
Médias pendulaires et Commercialisation			
Revenus	75.8	71.8	5.5
dont intersegment	0.3	1.0	-68.0
EBITDA	14.7	18.9	-22.2
Marge EBITDA (in pour cent) ³	19.4	26.3	-26.3
Places de marché et Participations			
Revenus	124.9	118.2	5.7
dont intersegment	0.2	0.1	69.0
EBITDA	53.2	47.6	11.9
Marge EBITDA (in pour cent) ³	42.6	40.2	5.9
Effectif du personnel moyen ⁴	3 224	3 308	-2.5

¹ au 31.12.2017

² Fonds propres en relation aux Actifs

³ La marge se réfère au revenus

⁴ L'effectif moyen du personnel s'entend hors collaborateurs des sociétés associées/coentreprises

Nouvelles normes IFRS

La première application de l'IFRS 9 «Instruments financiers» et de l'IFRS 15 «Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients» fait que les pertes sur débiteurs et la modification du du croire (en tant que dépréciations des actifs financiers) sont désormais comptabilisés dans les autres charges d'exploitation. L'exercice précédent, durant lequel ces dépréciations ont encore été comptabilisées en tant que diminution du chiffre d'affaires, a été adapté en conséquence. Aucune autre conséquence importante sur la publication des comptes annuels consolidés n'a par ailleurs été enregistrée avec l'introduction des nouvelles normes.

Médias payants: recul du marché de la publicité imprimée et correction de valeur

Les revenus du secteur Médias payants, qui inclut tous les quotidiens, hebdomadaires, magazines payants et centres d'impression, a baissé de 4.3 pour cent, à 285.0 millions de francs. Ce recul est essentiellement dû à la baisse des recettes publicitaires du secteur Print. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) du secteur Médias payants a baissé de 37.1 millions de francs, à 21.6 millions de francs. La marge EBITDA s'établit de ce fait à 7.6 pour cent (exercice précédent: 12.5 pour cent). La baisse de l'EBITDA s'explique par la correction de valeur de 3.0 millions de francs suite à la faillite de l'agence de publicité Publicitas, les coûts de la fermeture du Matin en version imprimée ainsi que la baisse des résultats des centres d'impression de journaux, qui ont été confrontés à une augmentation des coûts dans le domaine de l'achat de papier, de plaques d'impression et d'encre en raison de l'appréciation de l'euro. L'EBIT ressort à 7.4 millions de francs (exercice précédent: 22.9 millions de francs). La marge EBIT s'établit à 2.6 pour cent.

Médias pendulaires et Commercialisation: intégration de Neo Advertising

L'ancien secteur «Médias pendulaires» sera désormais intitulé «Médias pendulaires et Commercialisation», parce qu'il inclut à présent la société Neo Advertising, active dans le domaine de la publicité Out-of-Home et prochainement Goldbach, en plus du groupe de médias 20 Minuten, ainsi que des participations dans L'essentiel, Heute et heute.at aussi bien que Metroxpress et BT. Par rapport à l'exercice précédent, le segment Médias pendulaires et Commercialisation affiche les revenus en hausse de 5.5 pour cent, à 75.8 millions de francs. Celui-ci s'explique principalement par le rachat de Neo Advertising. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a baissé à 14.7 millions de francs (exercice précédent: 18.9 millions de francs). La marge EBITDA ressort désormais à 19.4 pour cent (exercice précédent: 26.3 pour cent). Le recul s'explique notamment par la baisse des recettes publicitaires du secteur Print, qui n'a pas été totalement compensée par les formes de publicité numérique, mais aussi par une part de la correction de valeur de 2.0 millions de francs résultant de la faillite de Publicitas. Le résultat opérationnel (EBIT) a baissé de 17.5 millions de francs à 12.7 millions de francs. La marge EBIT ressort désormais à 16.8 pour cent (exercice précédent: 24.3 pour cent).

Places de marché et Participations: augmentation des revenus et du résultat

Le secteur Places de marché et Participations qui inclut l'ensemble des offres numériques non journalistiques, a réalisé des revenus de 124.9 millions de francs, soit une hausse de 5.7 pour cent dans une comparaison avec l'exercice précédent. Les portails d'offres d'emploi de JobCloud AG ont notamment enregistré une évolution favorable et ont une nouvelle fois

sensiblement amélioré leur résultat. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) du secteur Places de marché et Participations a ainsi progressé à 53.2 millions de francs (exercice précédent: 47.6 millions de francs). La marge EBIT atteint désormais un niveau remarquable de 42.6 pour cent (exercice précédent: 40.2 pour cent). Le résultat opérationnel (EBIT) s'est amélioré à 31.1 millions de francs (exercice précédent: 36.7 millions de francs). La marge EBITDA ressort à 29.4 pour cent (exercice précédent: 26.3 pour cent).

Goldbach Group – procédure d'annulation du titre engagée, décotation prévue

Après la décision positive rendue par la Commission fédérale de la concurrence Comco, Tamedia a pu racheter environ 97 pour cent des actions cotées de Goldbach Group le 24 août 2018. S'agissant des actions de Goldbach Group inscrites au registre du commerce, qui sont déterminantes pour l'annulation des actions Goldbach restantes au sens de l'art. 137 LIMF, Tamedia possède déjà plus de 98 pour cent des actions. Une action correspondante a déjà été intentée auprès du Tribunal de commerce de Zurich. Les actionnaires minoritaires restants de Goldbach recevront une indemnisation en espèces. La décotation de Goldbach Group AG (GBMNE) à la Bourse suisse est prévu au plus tard au printemps 2019.

Acquisition de la majorité dans Zattoo International SA

Tamedia augmente sa participation dans Zattoo International SA à plus de 50 pour cent et prend ainsi la majorité. Zattoo est le leader incontesté de la télévision sur Internet en Suisse et le numéro 1 en Allemagne. Outre ses activités pour les utilisateurs privés, Zattoo est également un fournisseur de services techniques pour les câblo opérateurs et les fournisseurs d'IPTV. Le partenariat stratégique entre Tamedia et Goldbach crée de nouvelles synergies pour la commercialisation de Zattoo en Suisse et en Allemagne. La prise de contrôle majoritaire de Zattoo par Tamedia est soumise à l'approbation de la Comco.

Informations pour la presse et les analystes

L'information téléphonique des médias a lieu aujourd'hui, 28 août 2018, à 10 heures. Par ailleurs, une téléconférence en anglais est organisée spécifiquement pour les analystes et les investisseurs; elle débutera à 11 heures. Le numéro d'accès aux conférences est le suivant: +41 58 310 50 00. Veuillez vous connecter quelques minutes avant le début de la conférence. Une téléconférence en anglais sera, au besoin, proposée le lendemain pour les investisseurs et analystes d'outre-Atlantique.

Contact

Patrick Matthey, Responsable de la Communication
+41 44 248 41 35, patrick.matthey@tamedia.ch

À propos de Tamedia

Tamedia est le plus grand groupe de médias privé de Suisse. Les plateformes digitales, les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines de Tamedia offrent une vue d'ensemble rationnelle et sélective de l'actualité. Fondée en 1893, l'entreprise emploie environ 3'400 collaboratrices et collaborateurs en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Danemark, en France, en Israël, au Luxembourg et en Serbie. Tamedia est cotée à la Bourse suisse depuis 2000.

Plus d'informations sur Tamedia pour les représentants des médias:

www.tamedia.ch/fr/groupe/newsroom

Dans la rubrique Newsroom, sous «Galerie», vous pouvez télécharger des images actuelles de l'entreprise libres de droits, comme celles des différents bâtiments avec le nouveau logo Tamedia lancé en janvier 2017.

www.tamedia.ch