



Résultats semestriels 2018

28 août 2018



Pietro Supino

Éditeur & Président du Conseil d'administration



28 août 2018

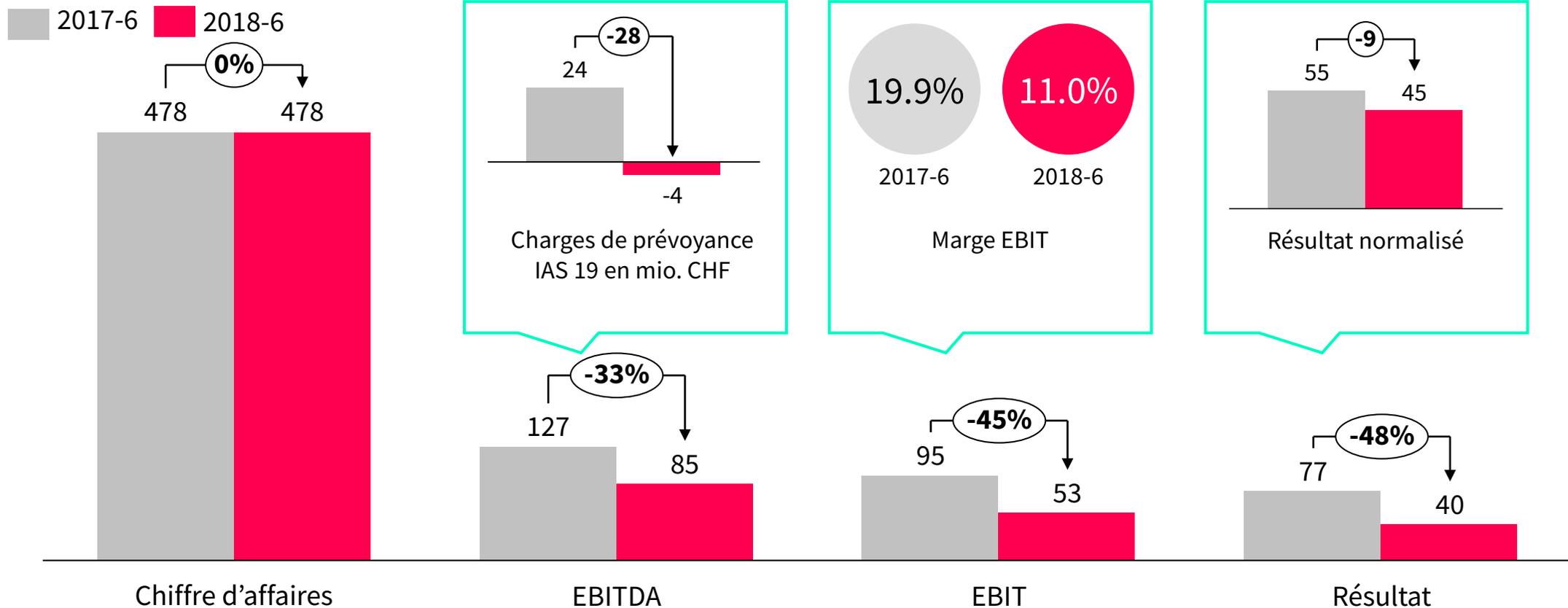
Christoph Tonini

Président de la Direction générale

28 août 2018

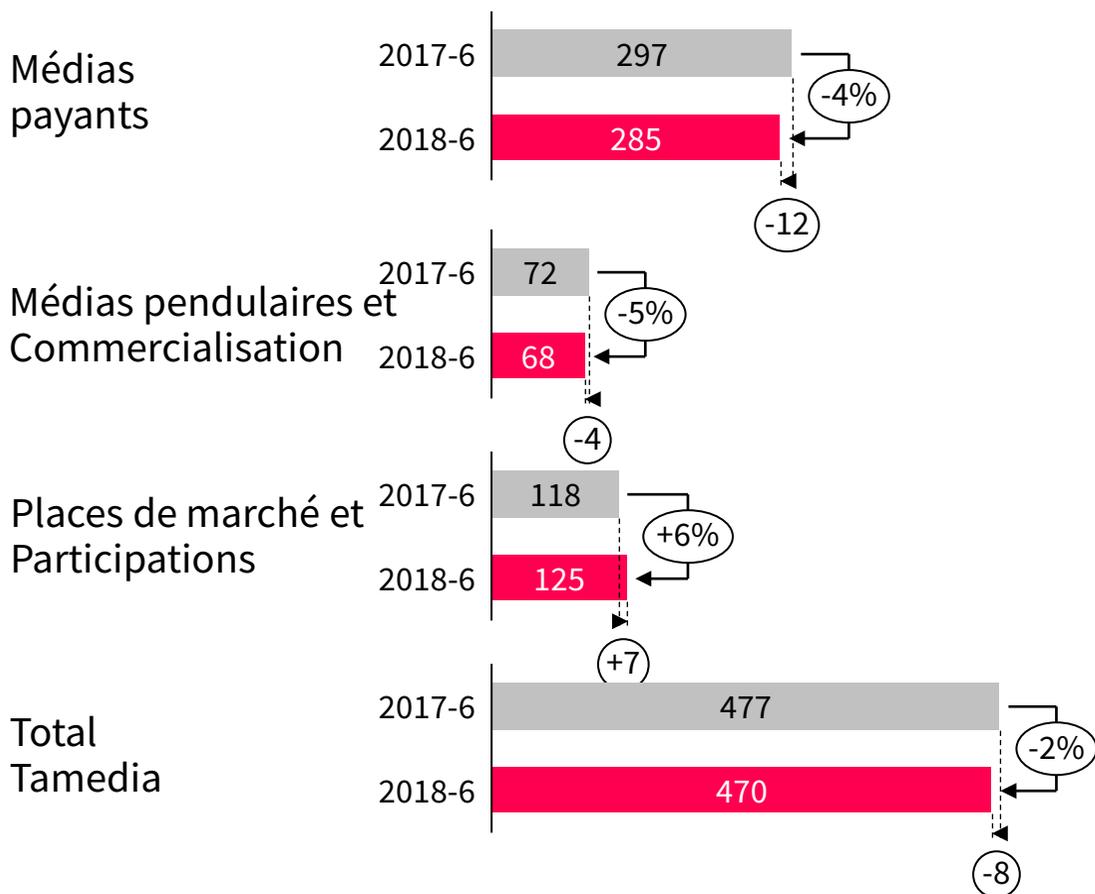


L'effet d'IAS 19 et un défaut de paiement affectent le résultat

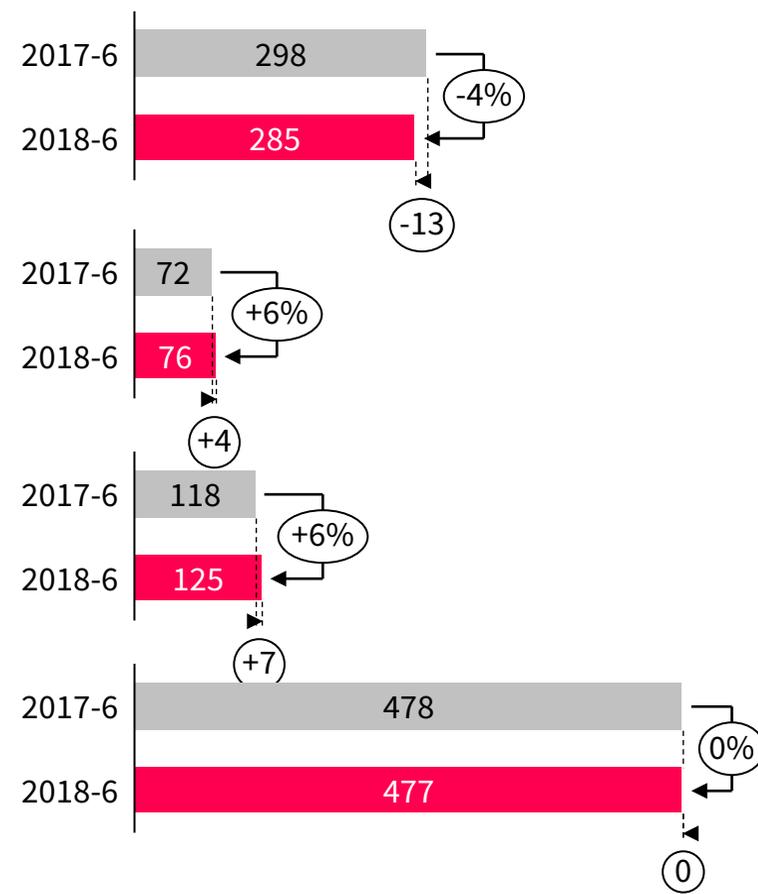


Chiffre d'affaires et résultat 2018-6 en mio. CHF

Les segments publicitaires face à une régression organique



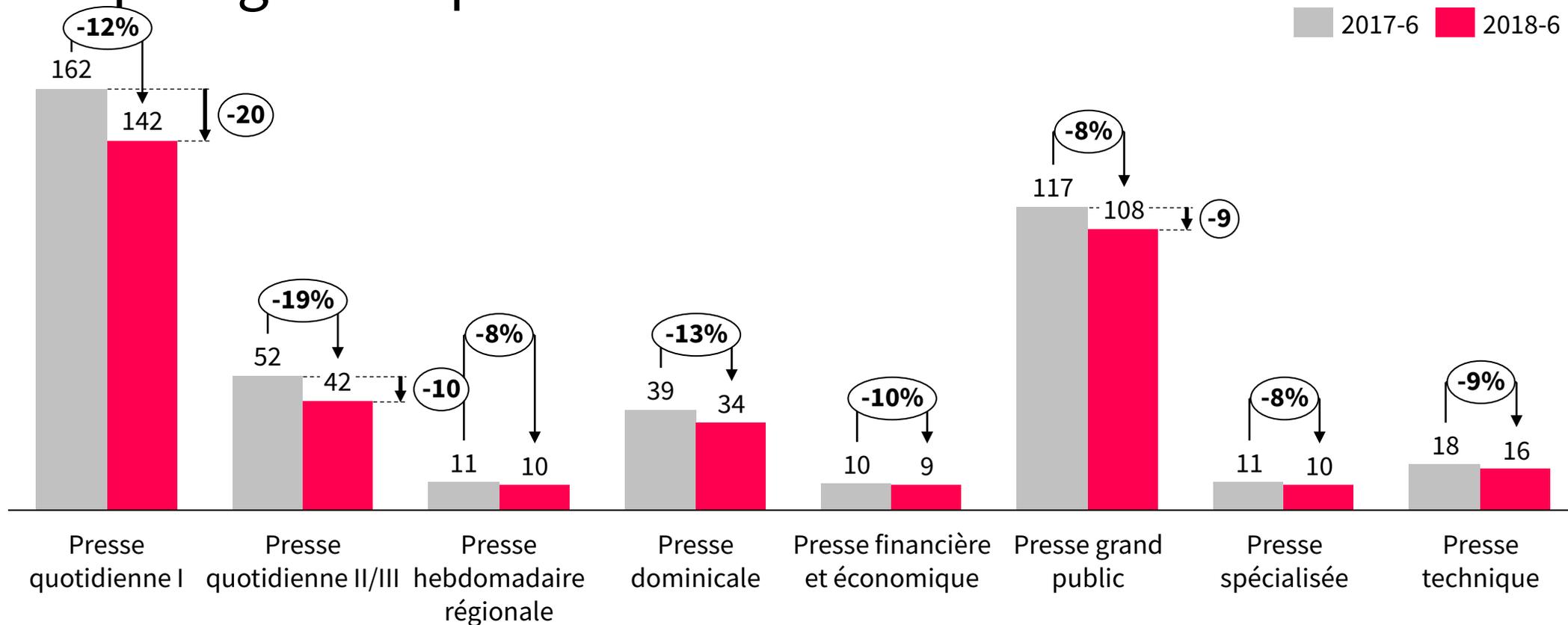
Croissance organique du chiffre d'affaires* en mio. CHF



Croissance du chiffre d'affaires consolidé en mio. CHF

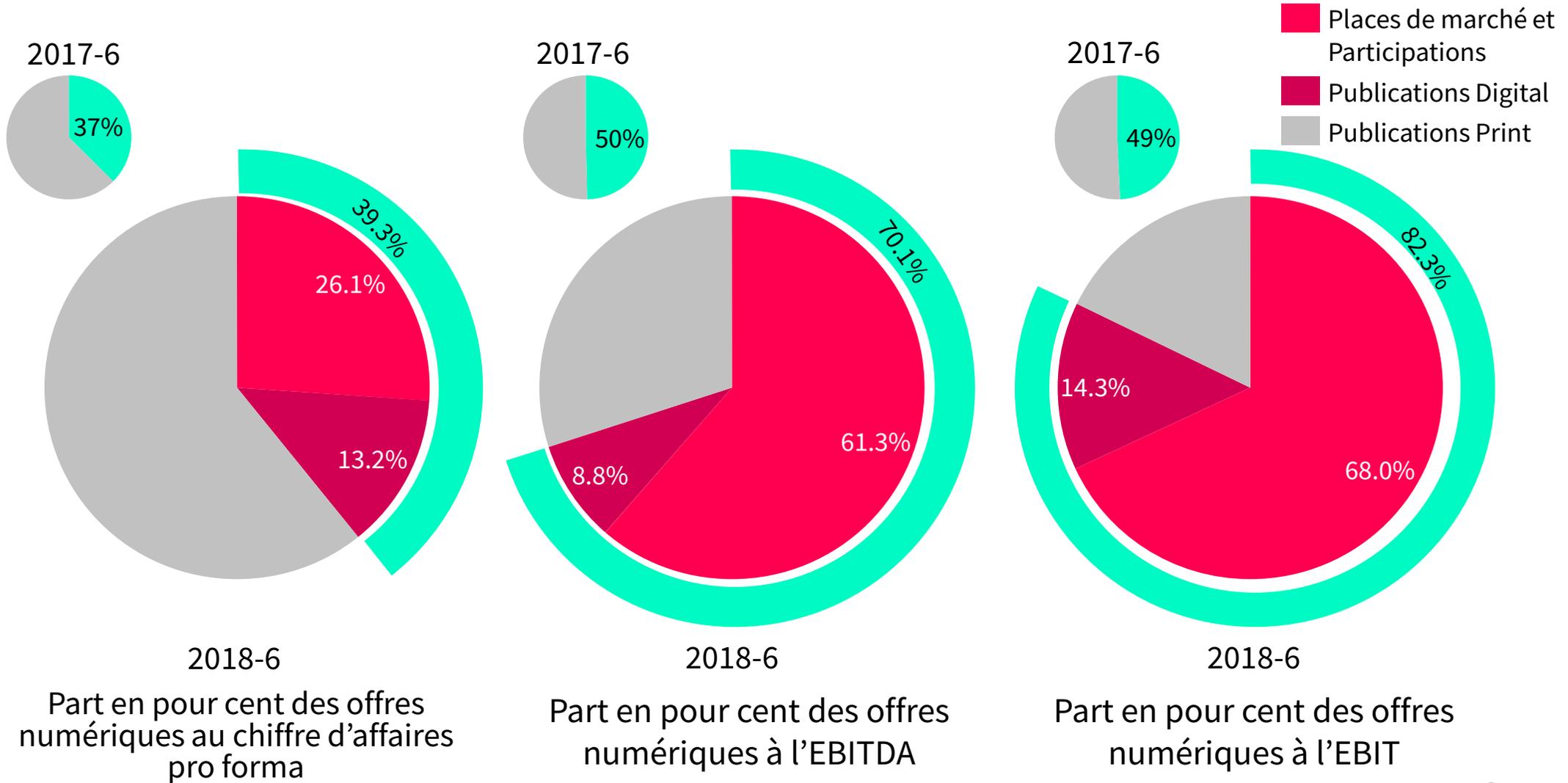


Marché publicitaire Print: la presse quotidienne enregistre les plus grosses pertes



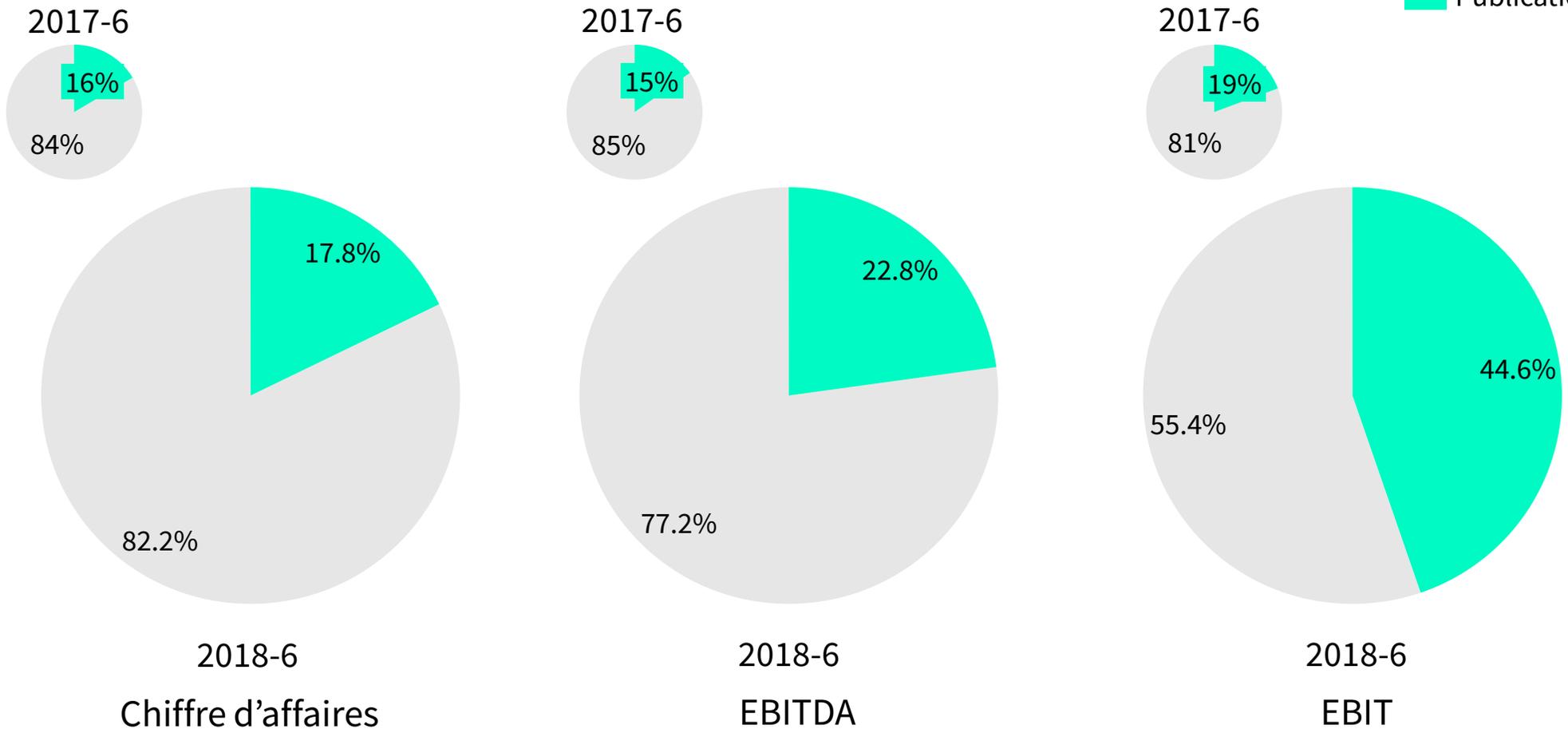
Recettes publicitaires nettes du secteur de la publicité Print par rapport à l'année précédente en mio. CHF

Offres numériques: 39% du CdA et 70% de la marge EBITDA

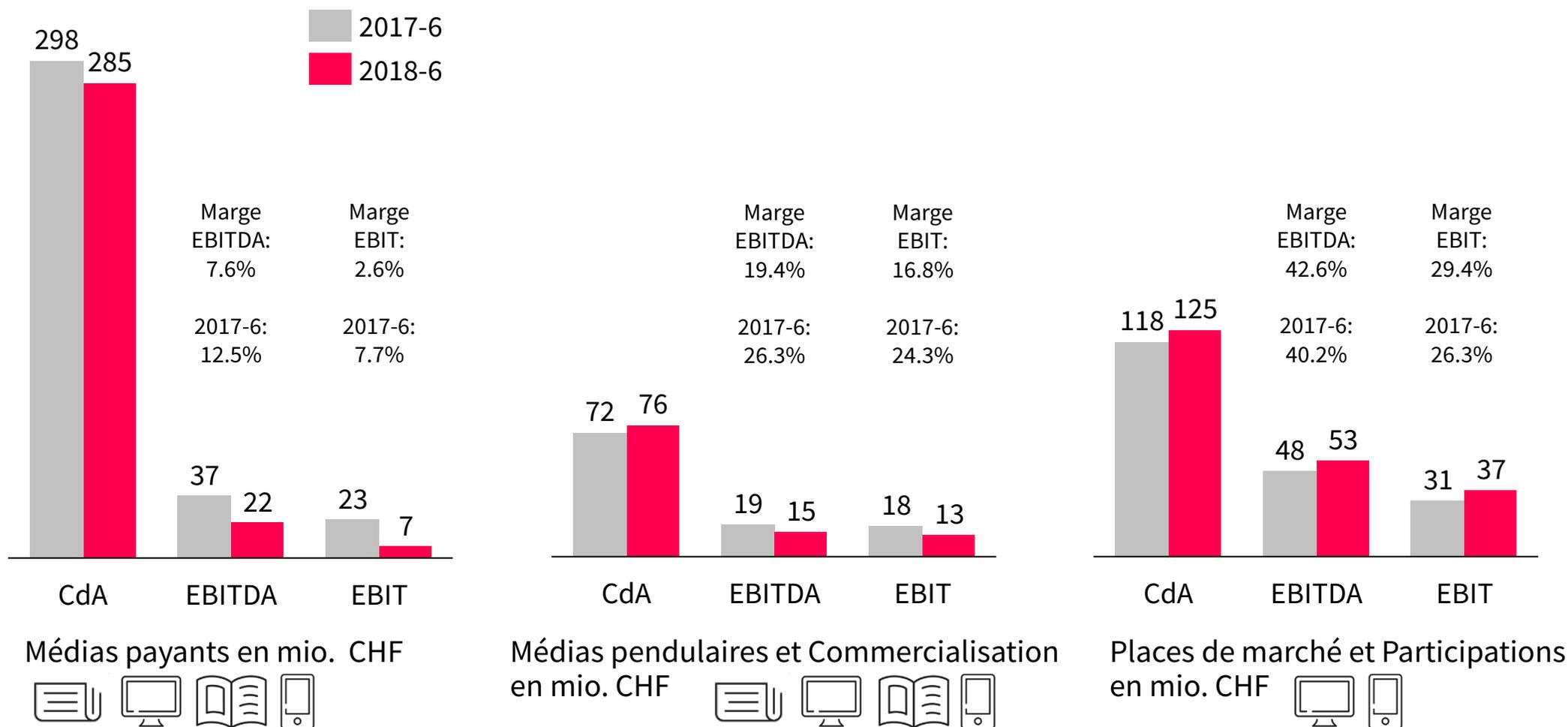


45% de l'EBIT des Publications réalisés grâce aux offres numériques

Publications Print
Publications Digital



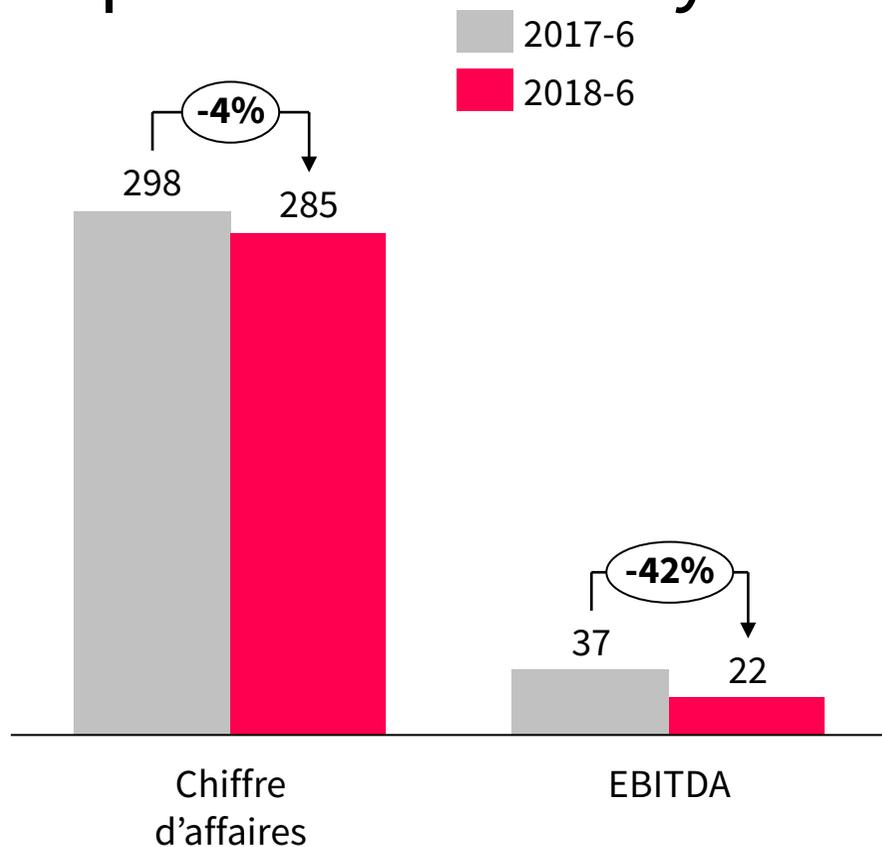
Places de marché & Participations: contribution la plus élevée à l'EBITDA



Médias payants



Le marché publicitaire face à une régression significative supérieure à la moyenne



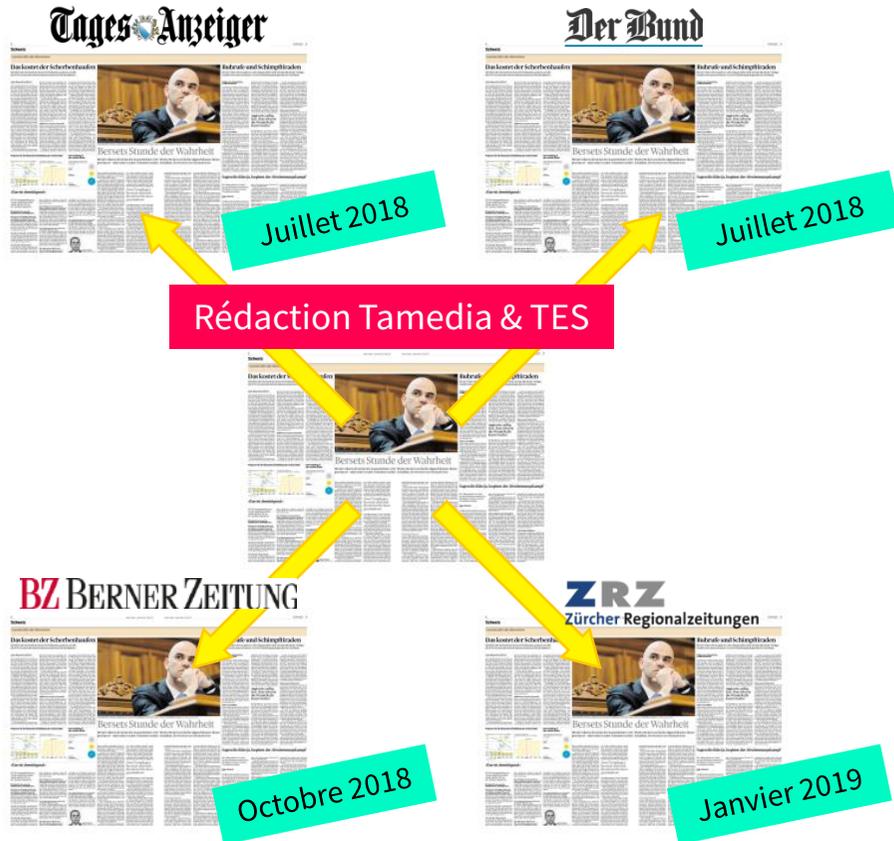
Vue d'ensemble du secteur Médias payants en mio. CHF

Les points clés

- Le marché publicitaire affiche une forte régression au niveau des journaux et de la presse grand public
- La faillite de Publicitas a entraîné une correction de valeurs de 3 mio. CHF (passée dans les charges)
- Les imprimeries de journaux enregistrent une baisse des résultats en raison de l'augmentation du prix du papier
- Nouvelle progression des abonnements numériques
- Nouvelle organisation au niveau des rédactions
- Lancement prometteur de la nouvelle mise en page de la presse quotidienne
- Nouvelle appli E-Paper pour l'ensemble des titres

Médias payants

Systeme de rédaction et mise en page uniformes pour les quotidiens

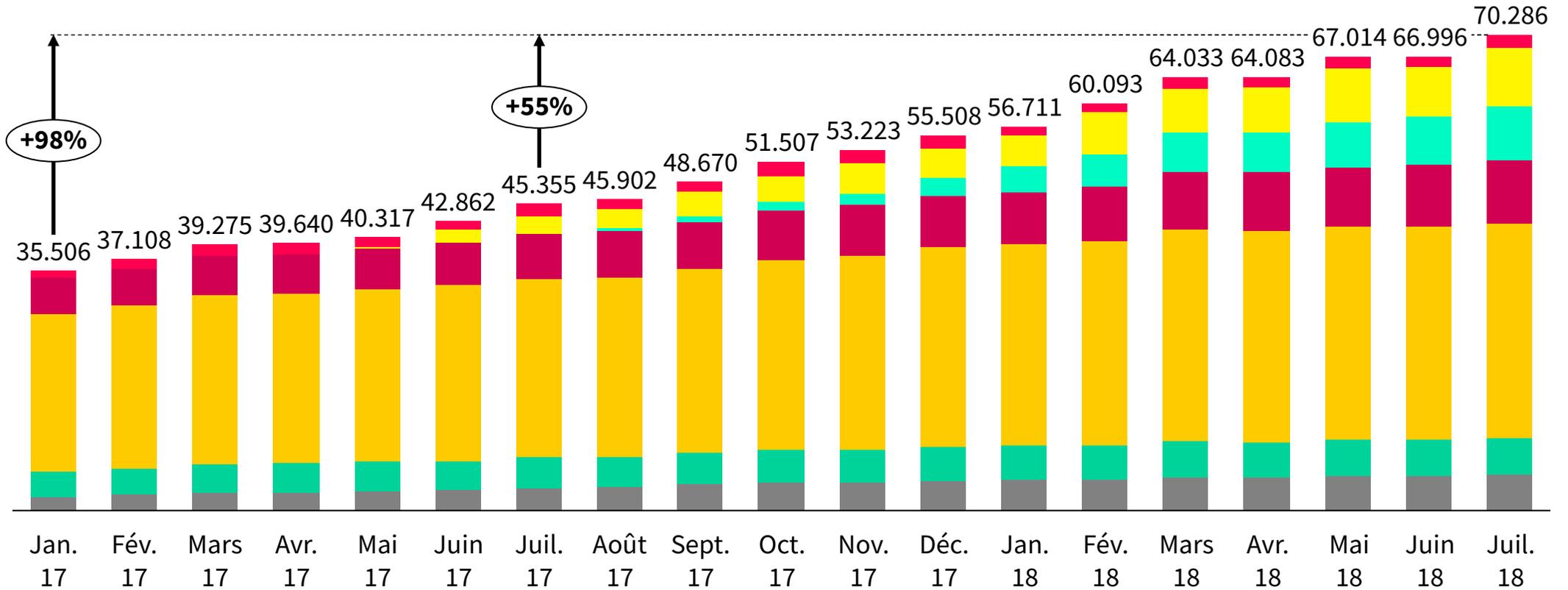


- Le nouveau système de rédaction permet l'automatisation
- Nouvelle mise en page Print introduite d'ici janvier 2019

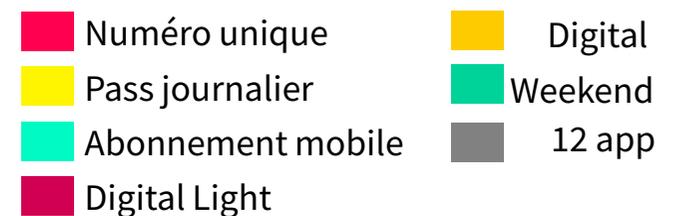


- Les plateformes d'information (Desktop, Mobile et applis) seront mises en ligne dans le courant du T4 avec le dernier standard d'Usability, sur la base des feedbacks et des tests approfondis des utilisateurs
- Pour le développement des contenus et des modèles de monétarisation, des tests A/B et d'Usability sont régulièrement réalisés ; le testing fait partie des habitudes

Évolution réjouissante de l'abonnement numérique



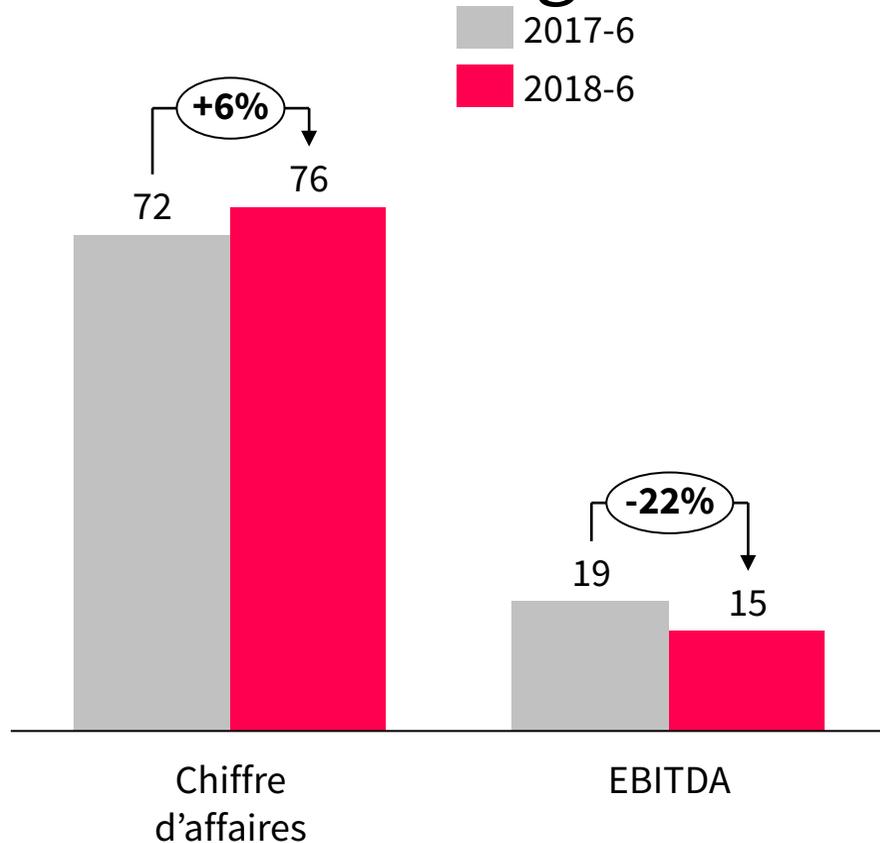
Progression des souscriptions d'abonnements numériques



Médias pendulaires et Commercialisation



Croissance du chiffre d'affaires grâce à l'intégration de Neo Advertising



Vue d'ensemble du secteur Médias pendulaires et Commercialisation en mio. CHF

- Reprise de la majorité des parts de Neo Advertising et intégration dans le secteur Publicité et Médias pendulaires
- Le Matin est intégré à partir de juillet comme marque numérique dans le domaine Publicité et Médias pendulaires
- Les médias pendulaires sont aussi touchés par la régression du marché publicitaire Print – la croissance numérique n'est pas parvenue à intégralement la compenser
- Nouveau rythme de publication pour 20 Minuten Friday, qui est désormais aussi déployé en Suisse romande
- En juin 2018, 20minuten.ch a été le premier portail d'information numérique de Suisse alémanique à dépasser la barre des 100 millions de visiteurs (Visits) en un mois
- La faillite de Publicitas a entraîné pour le secteur une correction de valeurs de 2 mio. CHF (comptabilisée dans les charges)

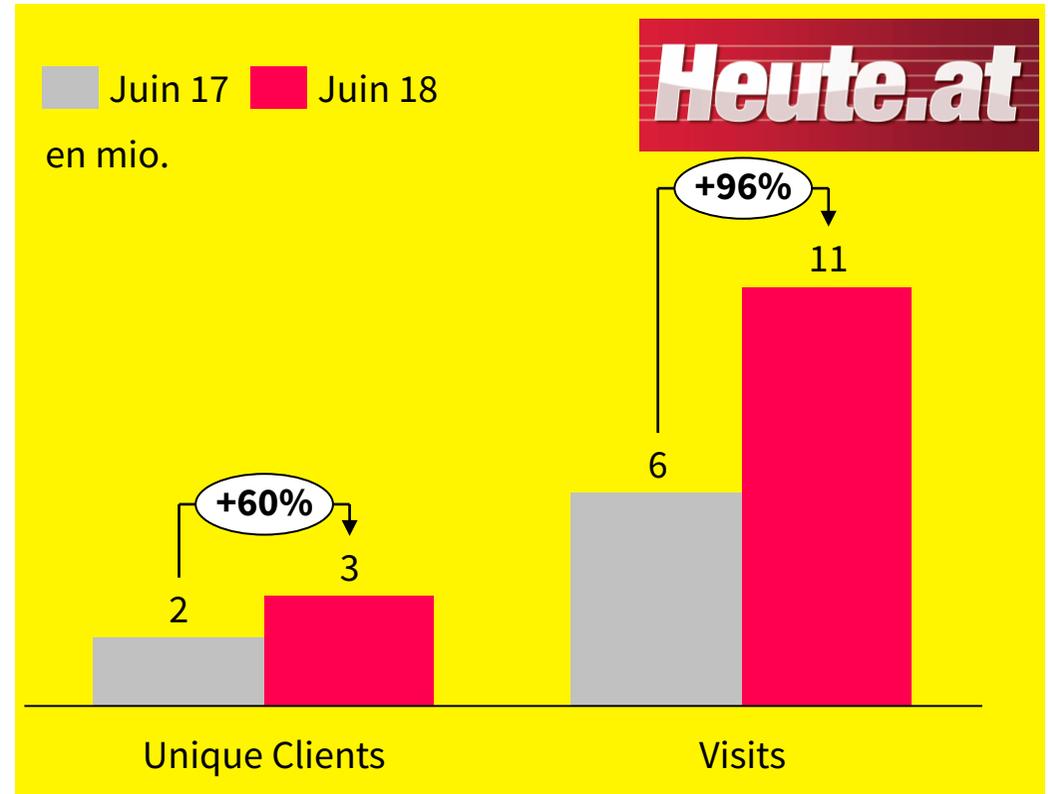
Participation majoritaire à Neo Advertising ; heute.at enregistre une nette progression



neo advertising

- Reprise de la majorité des parts de Neo Advertising et intégration dans le secteur Publicité et Médias pendulaires à compter de fin février 2018
- La croissance du chiffre d'affaires dans le secteur repose sur l'intégration de Neo
- Les affaires Out-of-Home sont clairement rentables, mais la marge reste inférieure à celle des Médias

Neo Advertising



heute.at

L'offre de vidéos et publicités sur les médias sociaux enregistre une évolution réjouissante

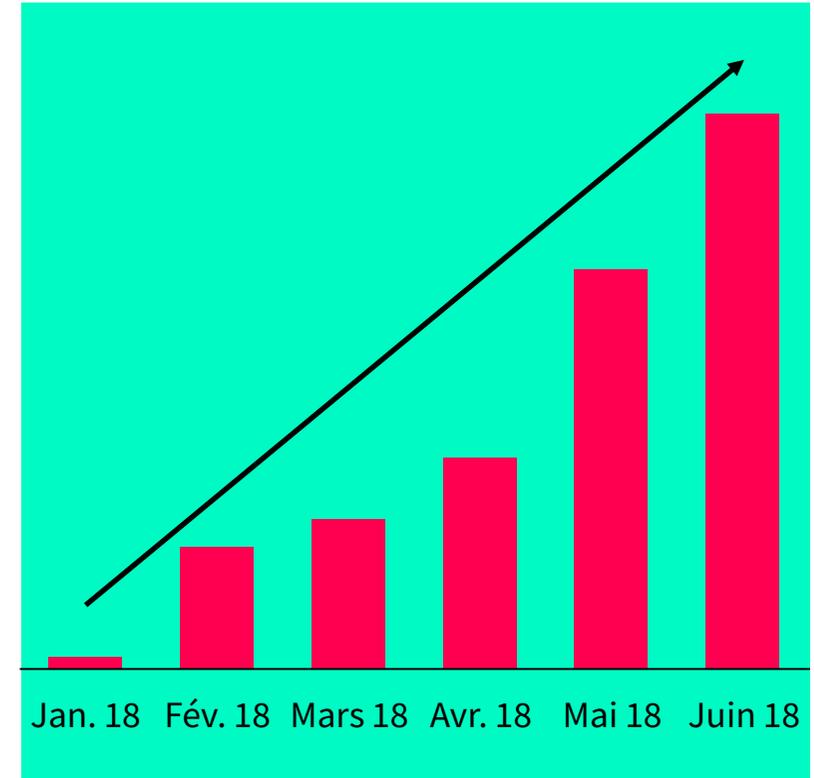


Reach
« Pro Infirmis »
22 publications et portée avoisinant 500'000



Monobrand & Reach
« Bio familia »
26 publications et portée avoisinant 410'000 en collaboration avec « Picstars »

Exemple de mise en œuvre de tSocial

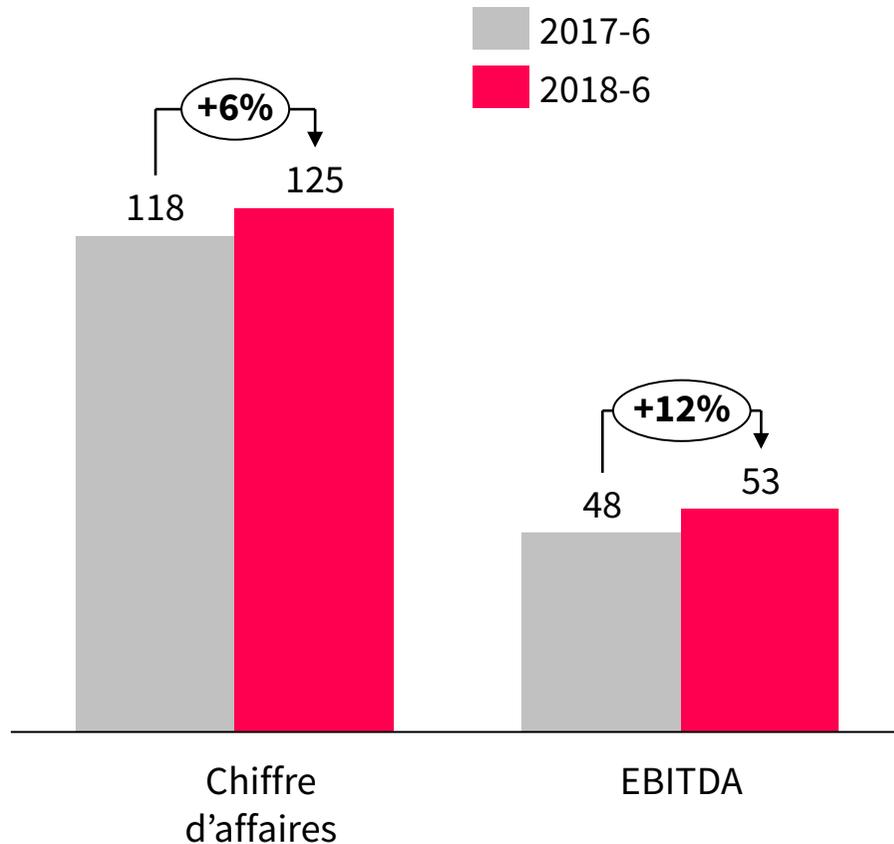


Evolution du chiffre d'affaires de tSocial

Places de marché et Participations



Places de marché et Participations: plus importante contribution à l'EBITDA

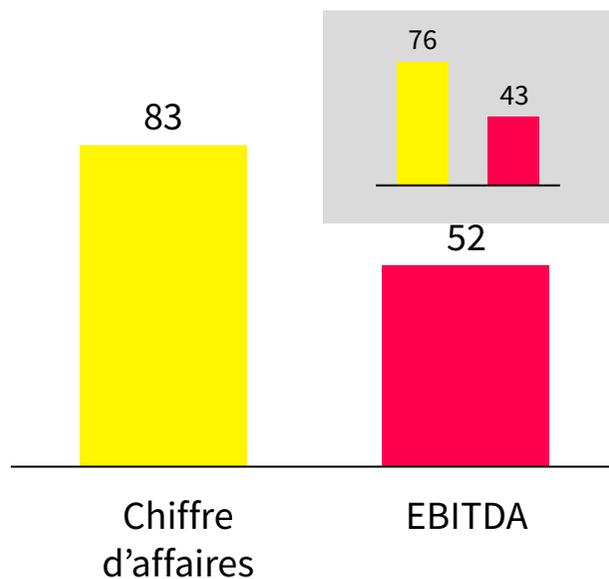


- Evolution positive du chiffre d'affaires et hausse du résultat supérieure à la moyenne
- JobCloud enregistre à nouveau une croissance réjouissante
- Homegate ancre son résultat à un niveau élevé
- ricardo.ch se dote d'une nouvelle base technologique
- Fusion réussie entre Tradono et Trendsales au Danemark
- Lancement de la joint-venture avec AXA (50%) dans le secteur de la mobilité avec autoricardo.ch
- Participation à Gowago, une plateforme automobile réservée aux nouvelles voitures

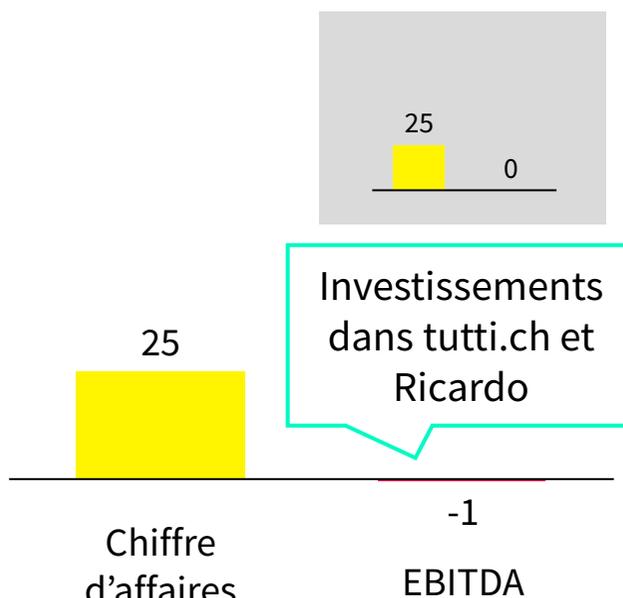
Vue d'ensemble du secteur Places de marché et Participations en mio. CHF



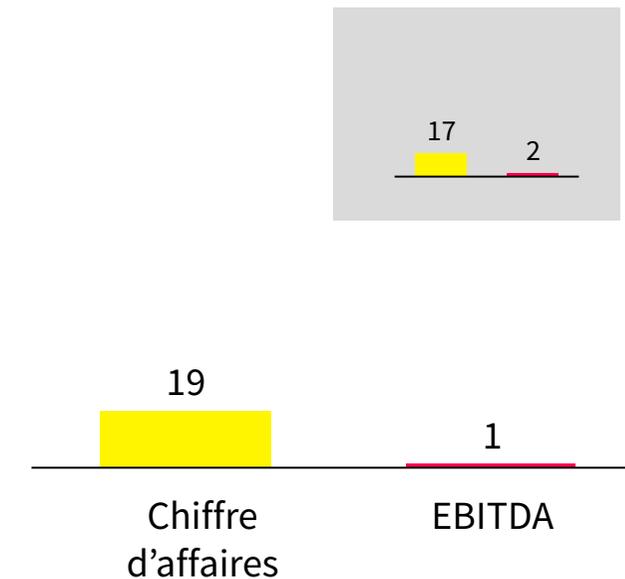
Le portefeuille Classifieds améliore encore son résultat



Classifieds
Marge EBITDA: 62.4%



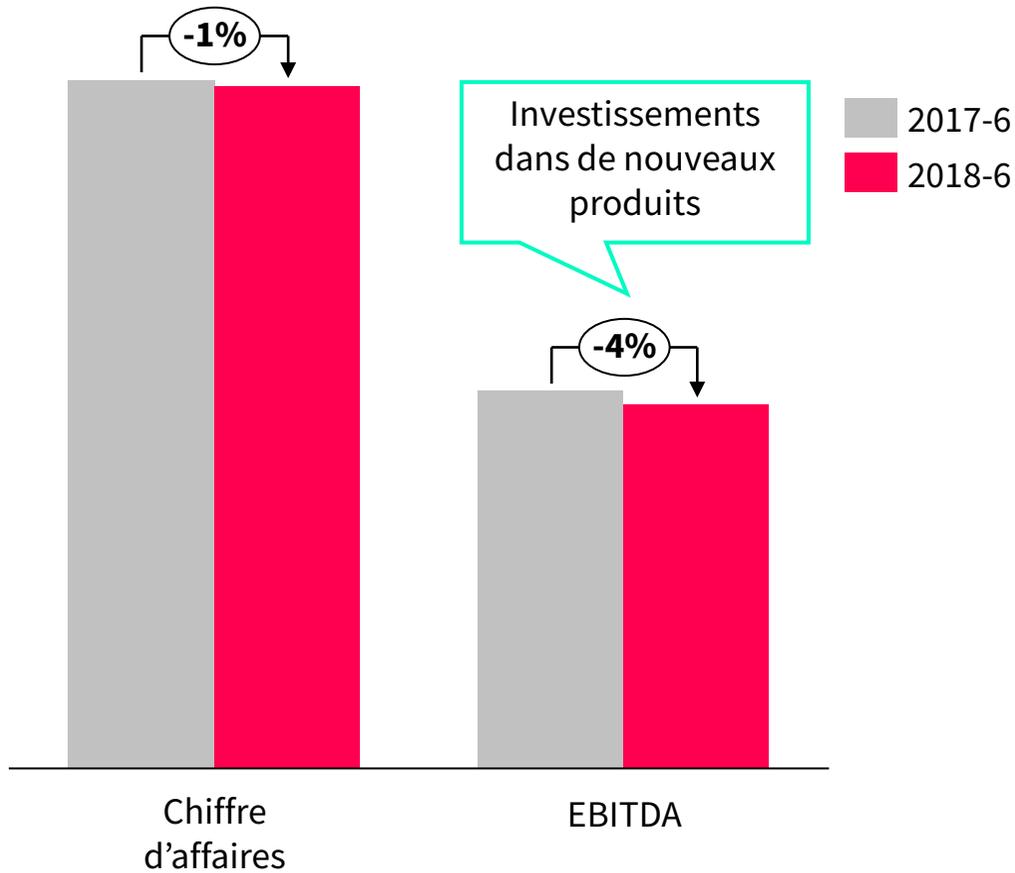
Marketplaces
Marge EBITDA: -2.2%



Services & Ventures
Marge EBITDA: 7.2%



Homegate stabilise son résultat à un niveau élevé



Chiffre d'affaires et EBITDA



ClubOne
Nbre illimité d'annonces à prix forfaitaire

ClubOne
Willkommensgeschenk Startguthaben für TopListing

Premium Listing

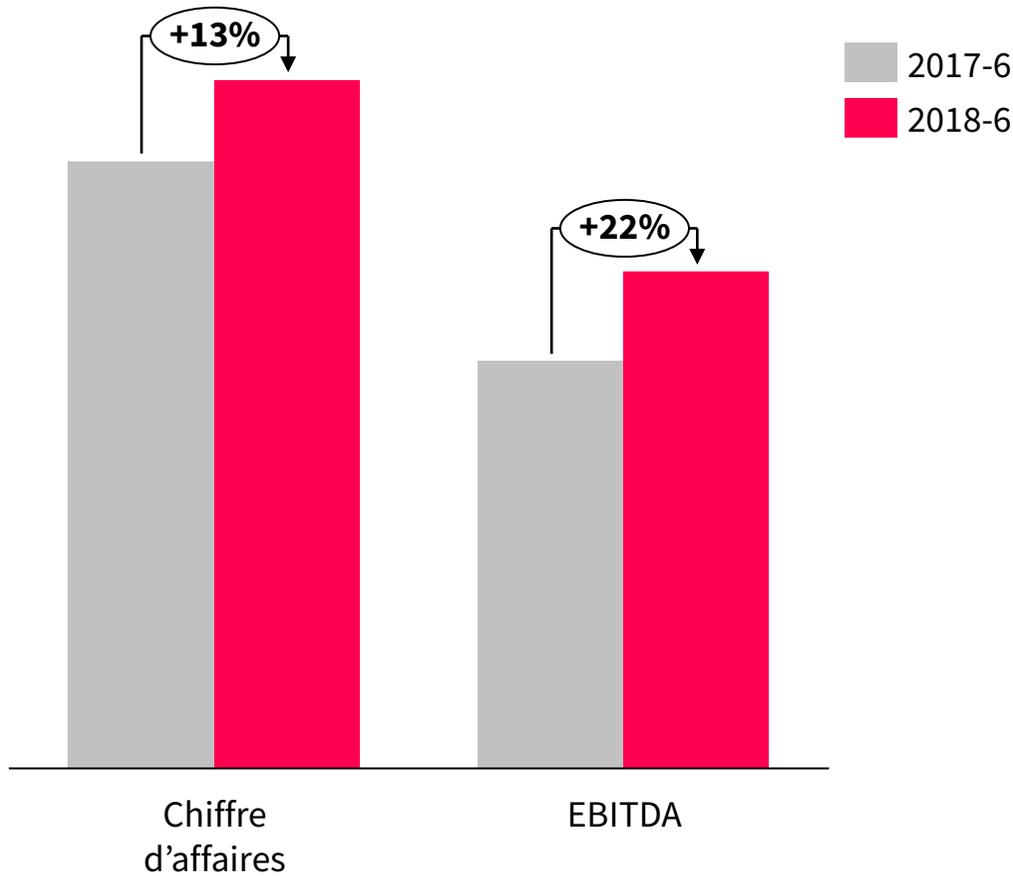
Top Listing

Regio Star

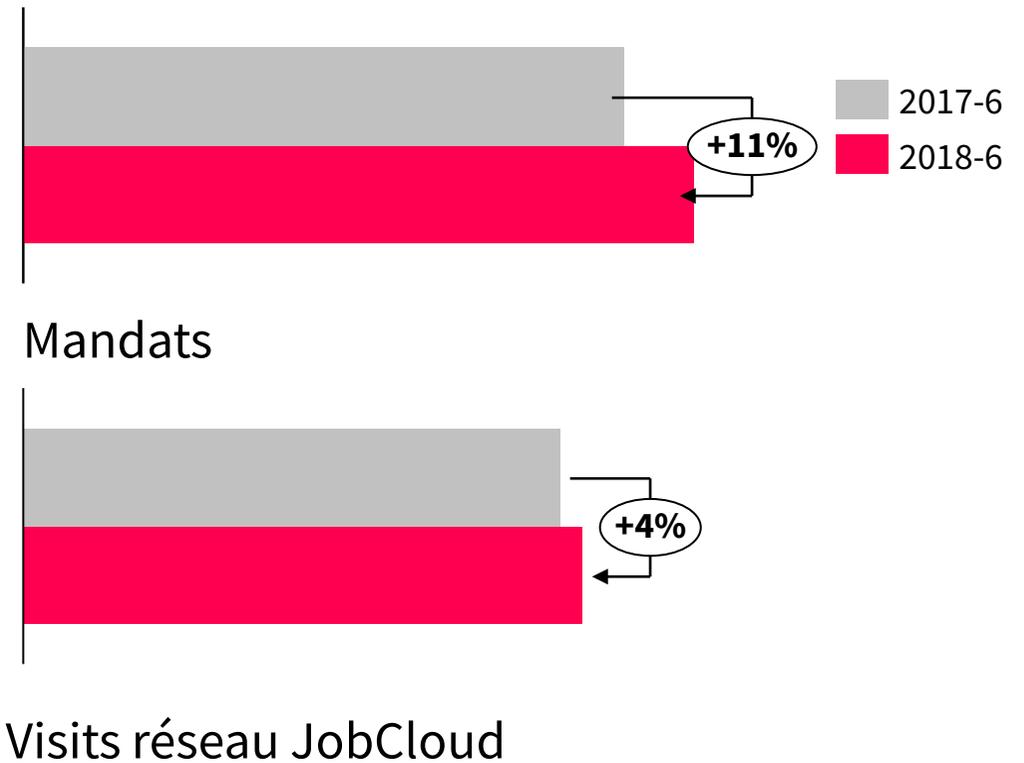
L'offre ClubOne a bénéficié d'un lancement au-delà des attentes



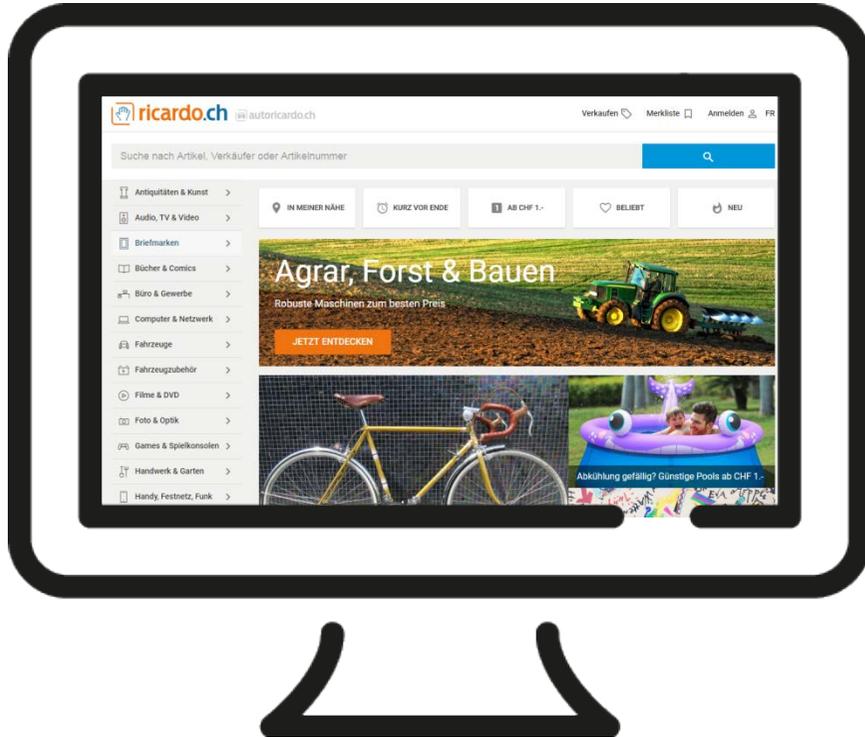
JobCloud profite du dynamisme du marché de l'emploi



Chiffre d'affaires et EBITDA



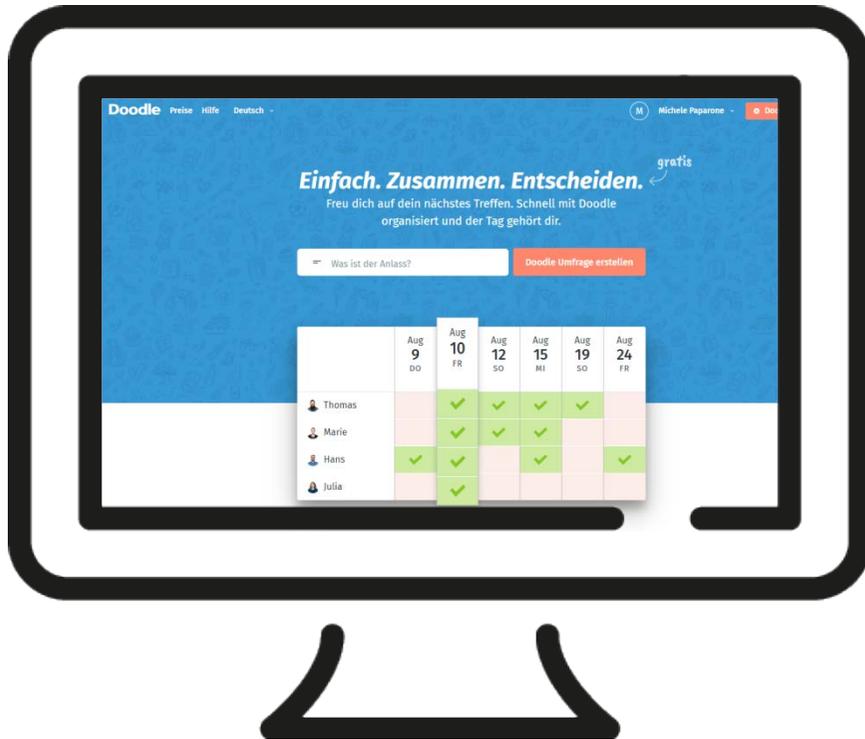
Ricardo: nouvelle programmation quasi achevée



- Plus de 80% du trafic transite déjà par le nouveau site
- La nouvelle plateforme est basée sur le cloud
- Augmentation du nombre de sessions
- Introduction d'un nouveau modèle de taxes uniforme
- Pas de frais de mise en ligne

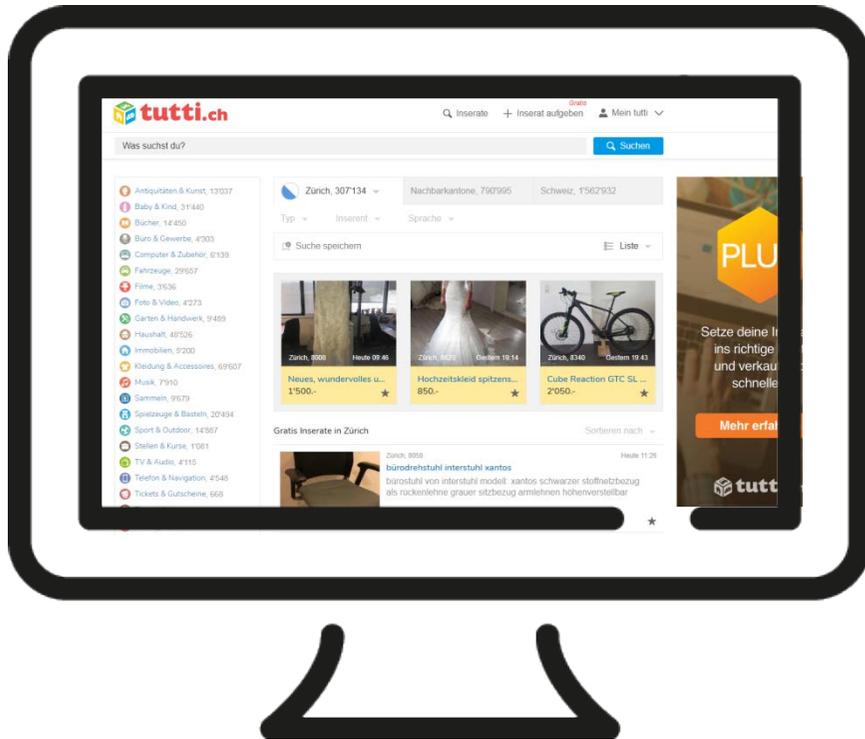
Doodle: croissance significative au niveau des demandes de rendez-vous

Doodle



- Par rapport à l'année précédente, augmentation significative des recherches de rendez-vous (14%) et du nombre d'utilisatrices et utilisateurs (6%)
- Important renforcement de l'équipe Doodle afin d'accélérer la croissance dans le domaine des recherches de rendez-vous et solutions d'abonnement ; en outre développement de l'étendue des fonctions pour les utilisateurs professionnels
- Plus de 10'000 utilisateurs utilisent quotidiennement le programme pour trouver le meilleur créneau

Tutti: croissance significative du nombre d'utilisateurs



- Progression du nombre d'annonces de 29% par rapport à l'année précédente
- Croissance du nombre de visites de 7%
- Près de 400'000 utilisatrices et utilisateurs actifs, augmentation de 25% par rapport à l'année précédente
- Lancement d'une nouvelle campagne publicitaire en automne 2018
- Cette plateforme reste un projet d'investissement

Projets et perspectives

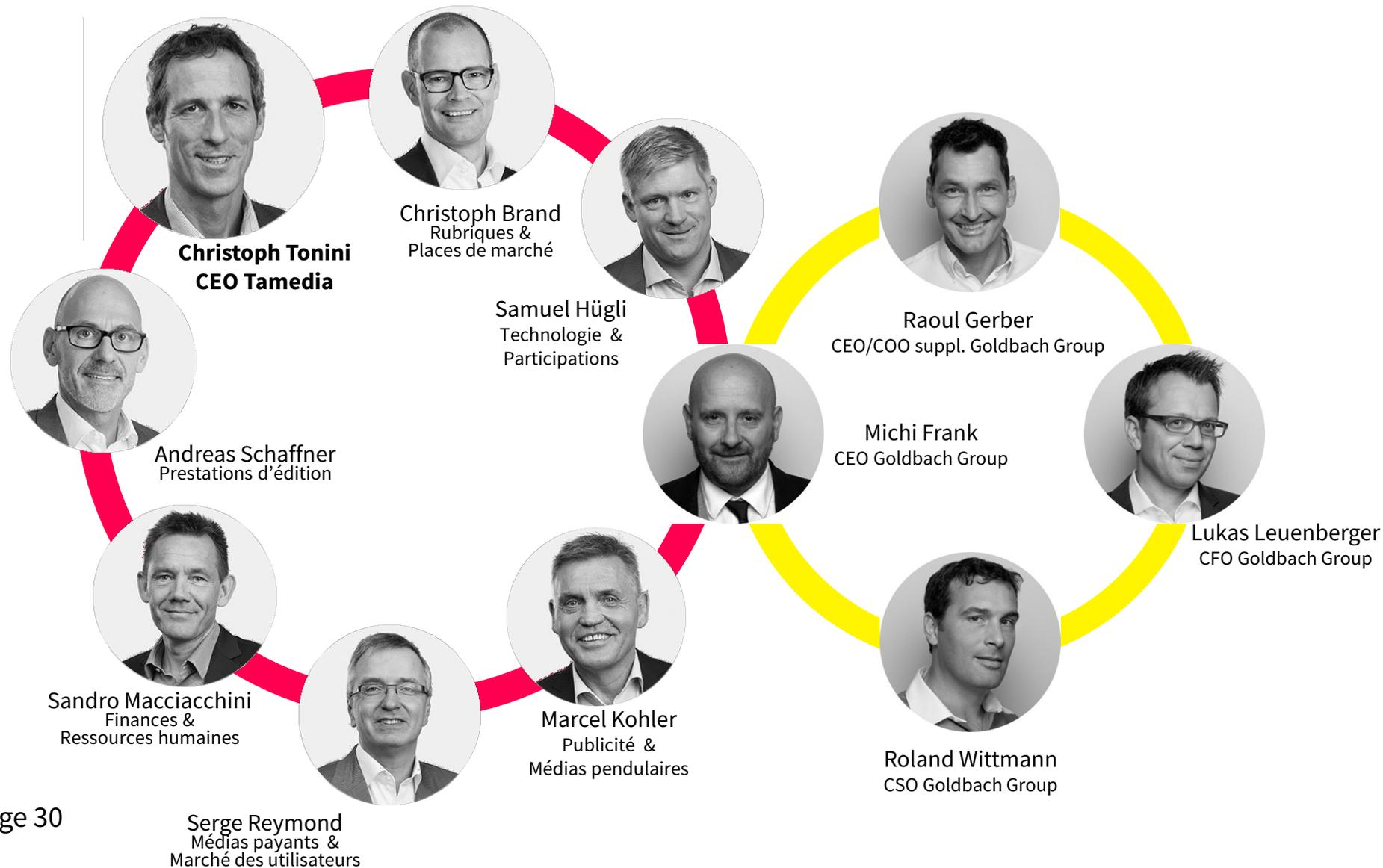


Gamme publicitaire globale 360°



- Digital Out of Home
- Mobile
- Online
- Radio
- TV
- Magazines
- Journaux

Michi Frank rejoint la direction générale



Après la fusion: Investissement dans l'avenir de l'offre publicitaire



- Goldbach et Tamedia sont encore mieux à même de reconnaître les tendances et de développer rapidement et efficacement de nouvelles technologies et formes de publicité



- L'inventaire complémentaire de Goldbach et Tamedia offre des marques attrayantes à la télévision, à la presse imprimée, en ligne et à la radio et donc des conditions idéales pour offrir aux clients des offres de publicité cross-média à partir d'une source unique à l'avenir.

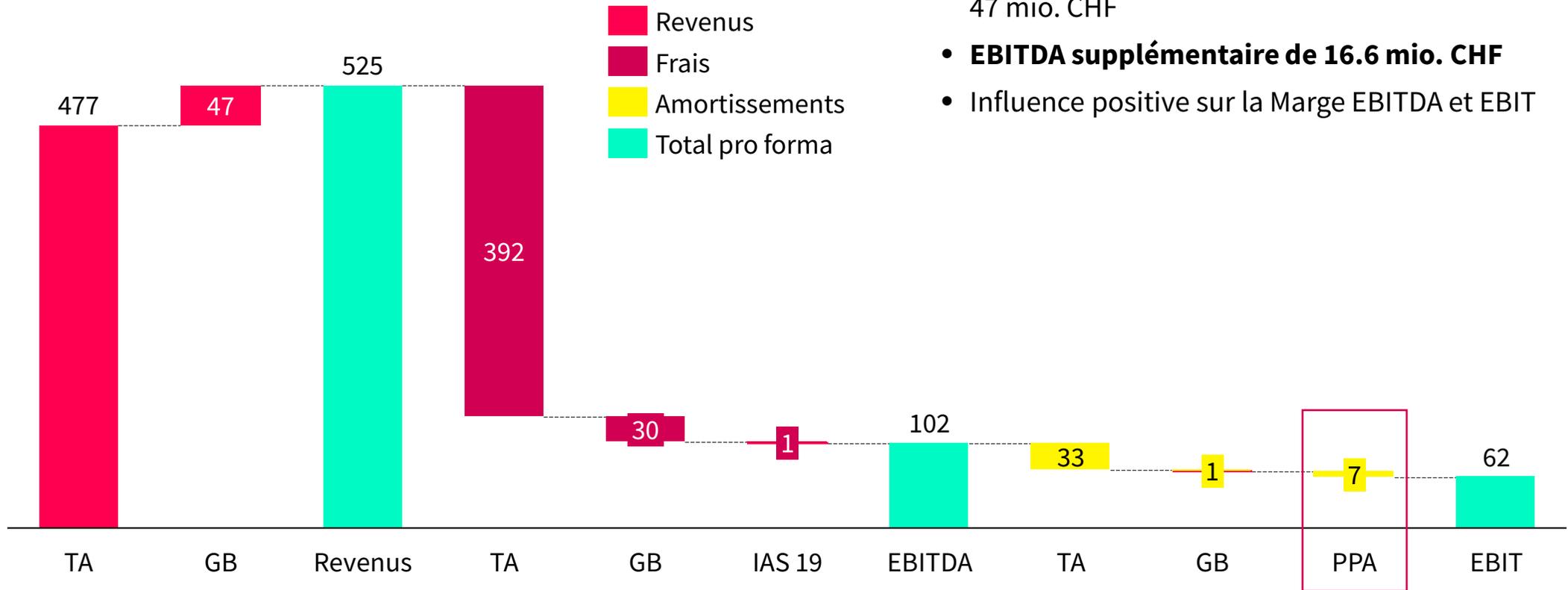


- Objectif: développer conjointement la position concurrentielle, concevoir des offres de publicité cross-média, construire une plate-forme publicitaire avec des marques attrayantes à la télévision, dans la presse imprimée, en ligne et à la radio et développer l'offre publicitaire «hors domicile»

évaluation
actuelle

Conversion à la présentation net planifiée; marge légèrement plus élevée

Compte de résultat consolidé combiné
pro forma 2018-6 (en mio. CHF)



- Conversion des valeurs brutes à la présentation net; augmentation des revenus de 47 mio. CHF
- **EBITDA supplémentaire de 16.6 mio. CHF**
- Influence positive sur la Marge EBITDA et EBIT



Reprise de Basler Zeitung; vente de journaux




Reprise prévue de la majorité de parts dans Zattoo



- Tamedia augmente ses parts dans Zattoo International AG à plus de 50%
- Zattoo, leader du marché dans le domaine de la TV Internet en Suisse et en Allemagne
- Le partenariat stratégique entre Tamedia et Goldbach fait naître des possibilités de synergie pour la commercialisation de Zattoo en Suisse et en Allemagne
- Reprise sous réserve de l'approbation de la COMCO

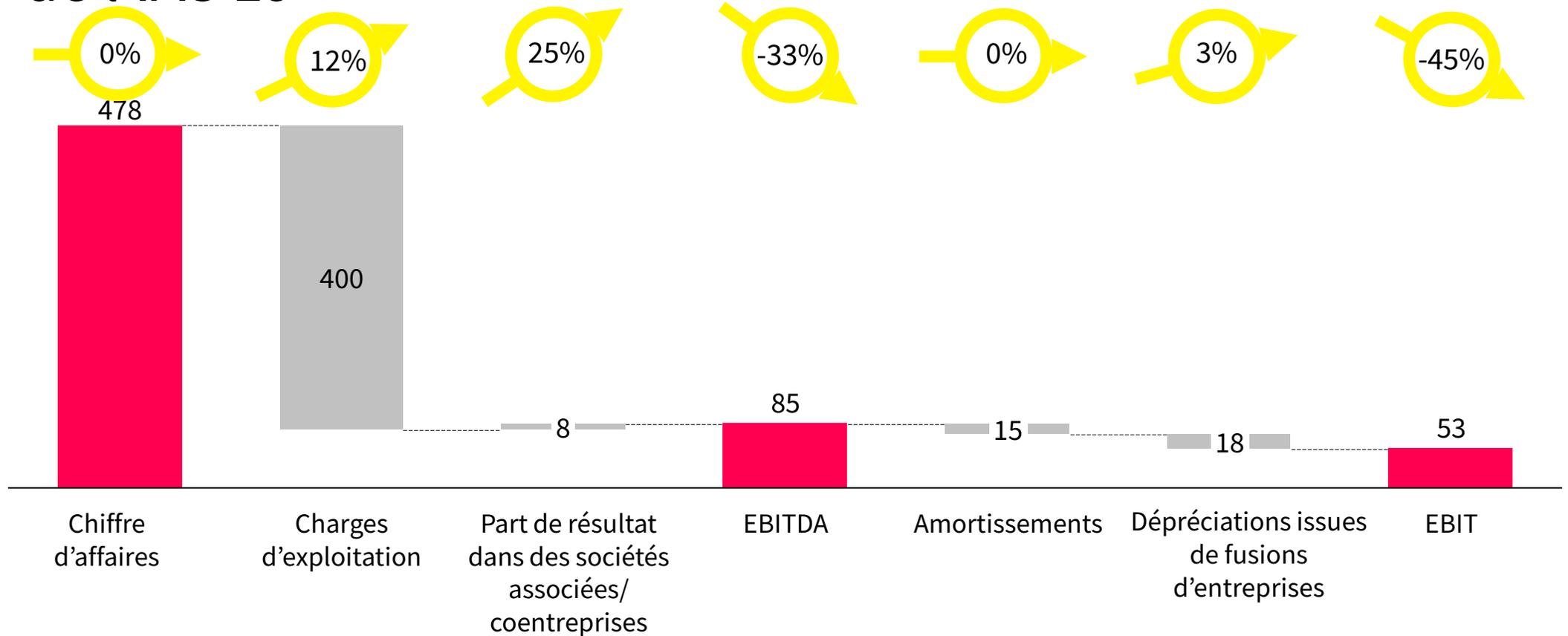
Sandro Macciaccchini

Directeur Finances &
Ressources humaines

28 août 2018

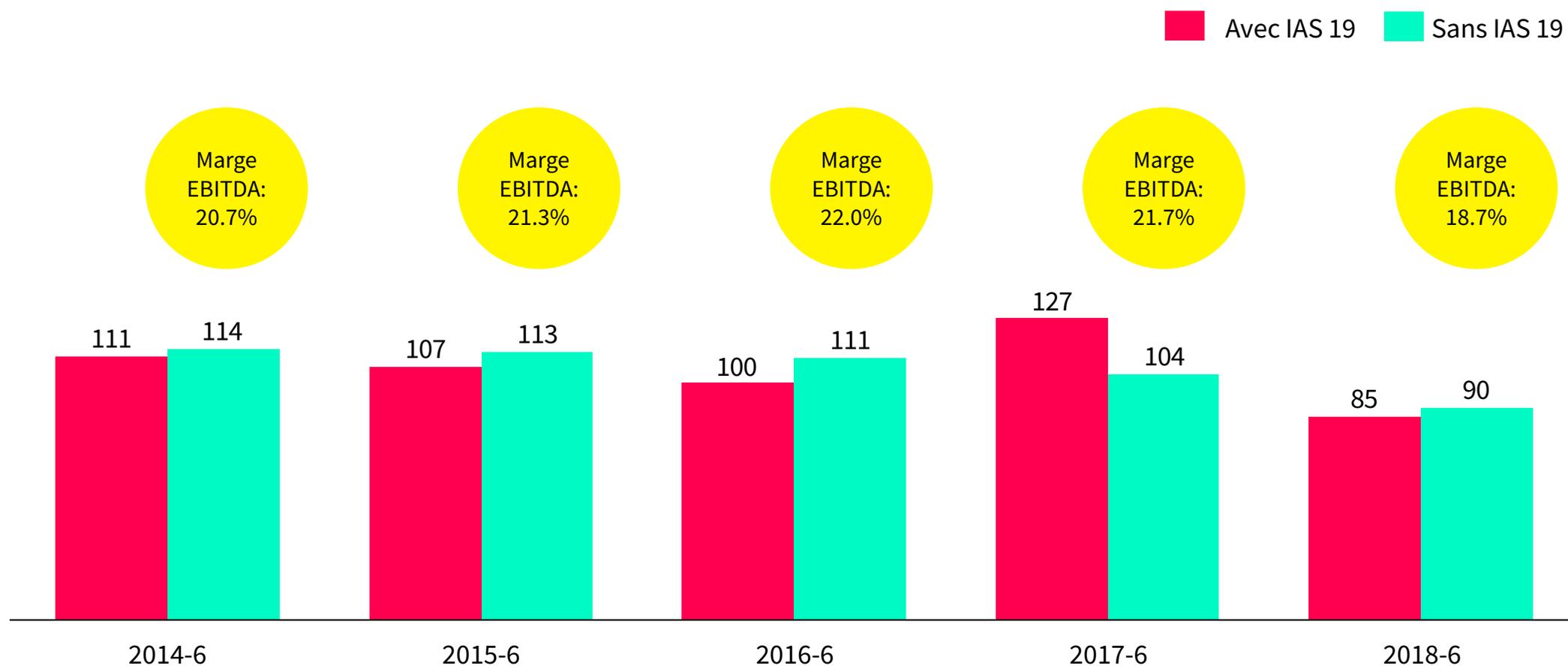


EBIT: nette augmentation des frais de personnel en raison de l'IAS 19



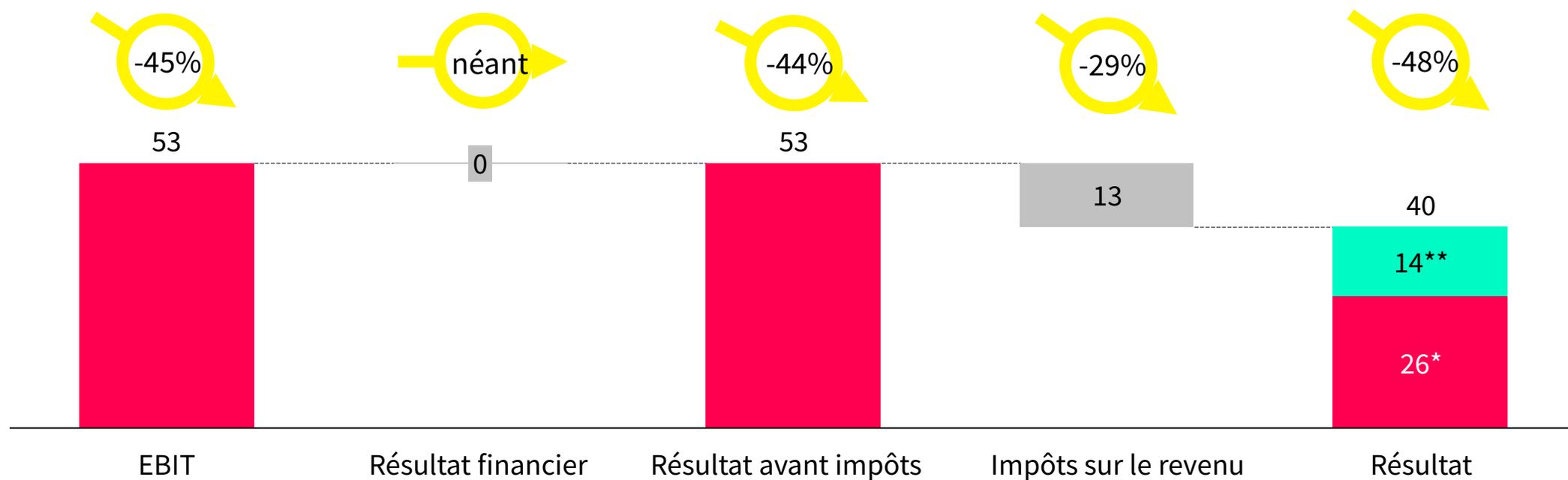
Chiffre d'affaires, EBITDA et EBIT 2018-6 en mio. CHF

Comparaison sur 5 ans de l'EBITDA avec et sans IAS 19



EBITDA en mio. CHF y compris IAS 19 et après élimination des charges de prévoyance issues d'IAS 19

Taux d'imposition de 24.2%

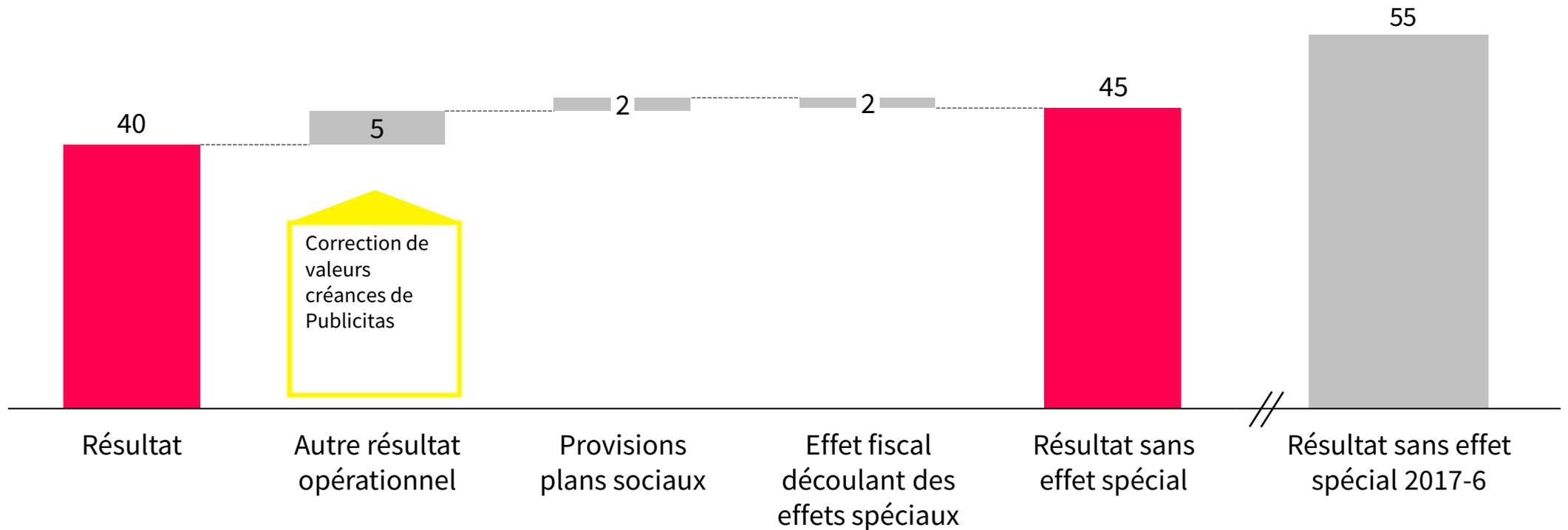


EBIT et résultat 2018-6 en mio. CHF

* Part des actionnaires de Tamedia

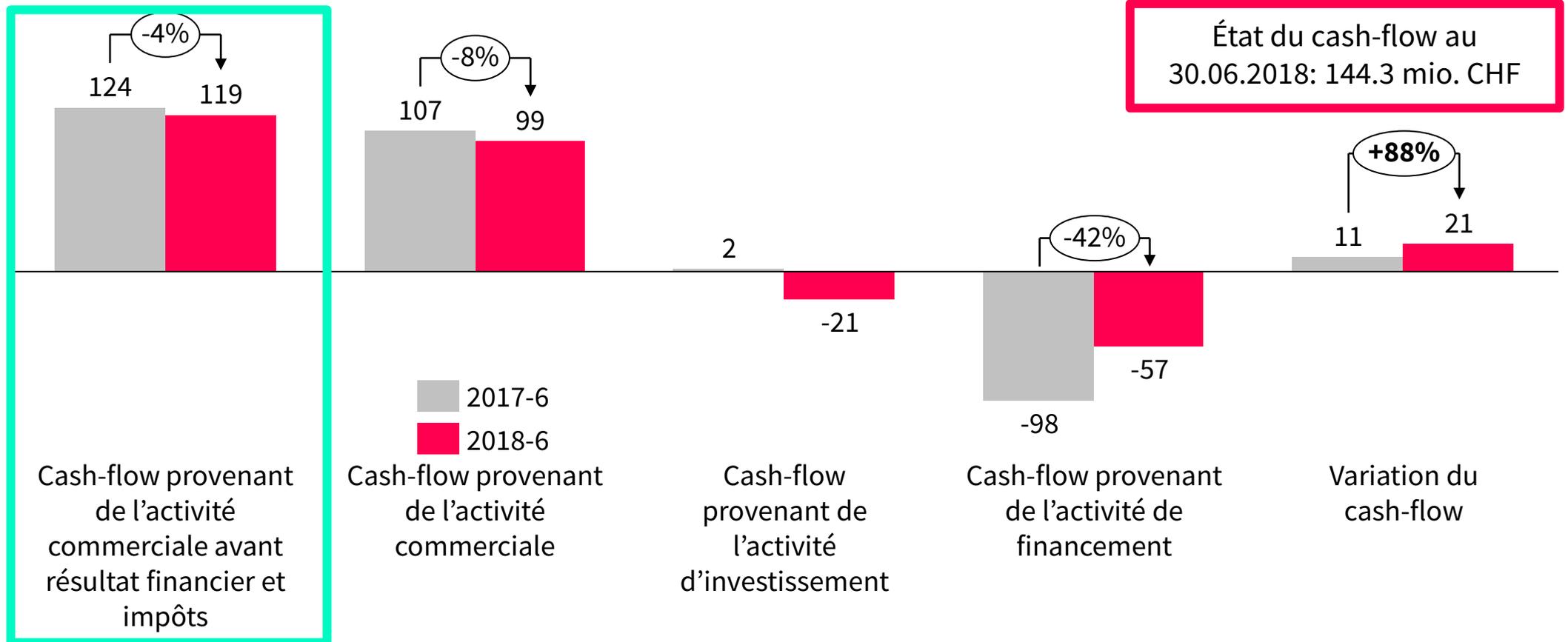
**Part des actionnaires minoritaires

Effet spécial de 7 mio. CHF contenu dans le résultat avant impôts



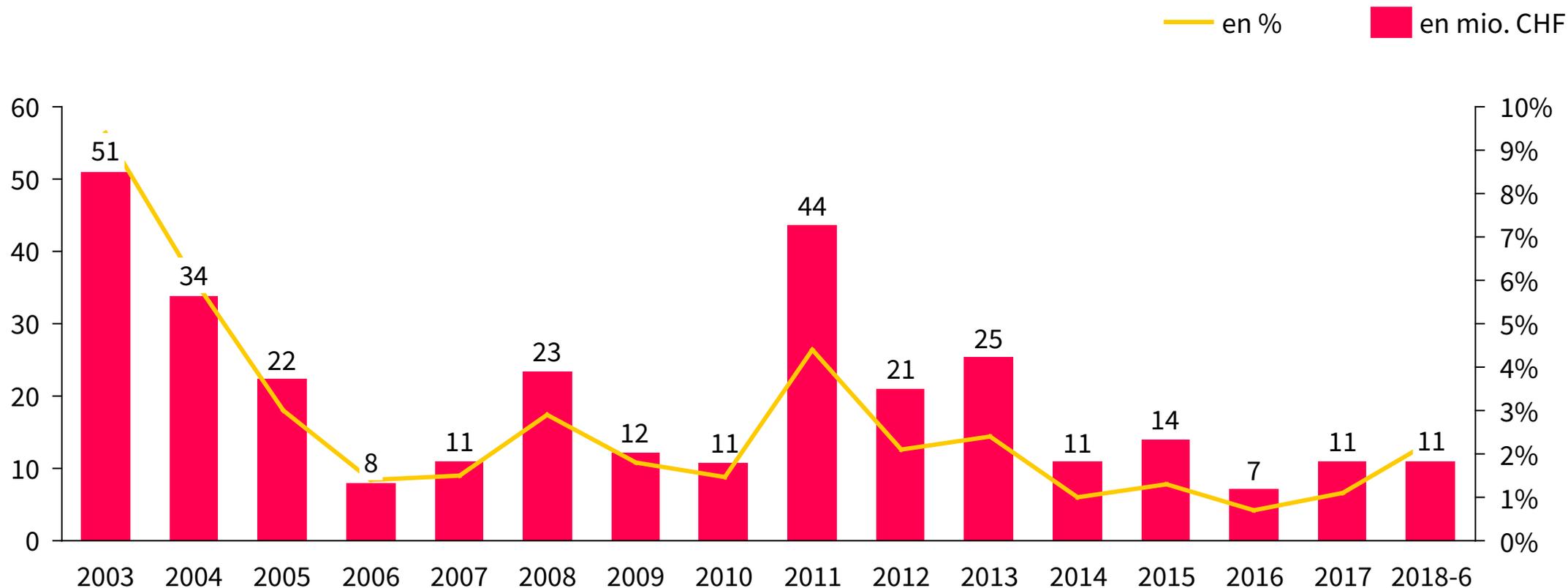
Résultat ajusté 2018-6 in mio. CHF

Baisse de 4% du cash-flow provenant de l'activité commerciale avant résultat financier et impôts



Cash-flow de l'exercice 2018-6 en mio. CHF

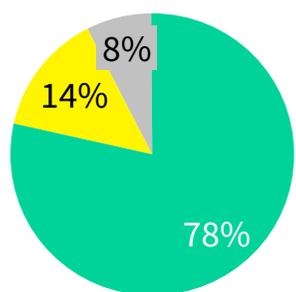
Capex de 2.3%



Investissements dans les installations de l'exploitation (Capex)* en mio. CHF et en pour cent du chiffre d'affaires



Le taux de capitaux propres se fige à 78%



- Fonds de roulement
- Immobilisations
- Capitaux d'emprunt à court terme
- Capitaux d'emprunt à long terme
- Capitaux propres

