

# Compte-rendu 2018





## Chiffres-clés

en mio. CHF

|                                                                 | 2018              | 2017    | Variation |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------|---------|-----------|
| <b>Compte de résultat</b>                                       |                   |         |           |
| Revenus                                                         | 1 010,6           | 974,2   | 3,7%      |
| Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)             | 205,9             | 245,2   | -16,0%    |
| Marge                                                           | 20,4%             | 25,2%   | -19,1%    |
| Résultat opérationnel (EBIT)                                    | 131,6             | 180,7   | -27,2%    |
| Marge                                                           | 13,0%             | 18,6%   | -29,8%    |
| Résultat net                                                    | 129,5             | 170,2   | -23,9%    |
| dont                                                            |                   |         |           |
| Part des actionnaires de Tamedia                                | 96,5              | 146,9   | -34,3%    |
| Part des actionnaires minoritaires                              | 33,1              | 23,3    | 42,2%     |
| <b>Chiffre d'affaires par domaine d'activité avec des tiers</b> |                   |         |           |
| Médias payants                                                  | 553,2             | 586,0   | -5,6%     |
| Médias pendulaires et Commercialisation                         | 205,0             | 153,2   | 33,8%     |
| Places de marché et Participations                              | 252,5             | 235,0   | 7,4%      |
| <b>Bilan</b>                                                    |                   |         |           |
| Actif circulant                                                 | 686,7             | 330,9   | 107,6%    |
| Actifs immobilisés                                              | 2 261,7           | 2 182,5 | 3,6%      |
| Total du bilan                                                  | 2 948,4           | 2 513,3 | 17,3%     |
| Capitaux étrangers                                              | 846,8             | 543,7   | 55,7%     |
| Fonds propres                                                   | 2 101,7           | 1 969,6 | 6,7%      |
| <b>Indices financiers</b>                                       |                   |         |           |
| Taux d'autofinancement                                          | 71,3              | 78,4    | -9,0%     |
| Rentabilité des fonds propres                                   | 6,2               | 8,6     | -28,7%    |
| <b>Indices sur le personnel</b>                                 |                   |         |           |
| Effectifs à la date de clôture du bilan <sup>1</sup>            | 3 594             | 3 261   | 10,2%     |
| Revenus par collaborateur <sup>2</sup> en CHF 000               | 303,5             | 304,0   | -0,2%     |
| <b>Indices par action</b>                                       |                   |         |           |
| Résultat net par action en CHF                                  | 9.12              | 13.87   | -34,3%    |
| Dividende par action en CHF                                     | 4.50 <sup>3</sup> | 4.50    | 0,0%      |
| Rendement des dividendes <sup>4</sup>                           | 4,3%              | 3,3%    | 30,8%     |
| Rapport cours-bénéfice <sup>4</sup> x                           | 11,6              | 9,9     | 16,3%     |

<sup>1</sup> Nombre d'emplois à plein temps

<sup>2</sup> Sur la base de l'effectif du personnel moyen

<sup>3</sup> Demande du Conseil d'administration

<sup>4</sup> Sur la base du cours de fin d'année

Le compte-rendu 2018 de Tamedia est également disponible sur une application iOS et Android.

# Cultiver différents métiers et profiter d'économies d'échelle communes



**Dr. Pietro Supino,**  
Éditeur et Président

## **Mesdames, Messieurs,**

Le secteur des médias travers une profonde mutation qui se reflète dans l'évolution de l'activité du Groupe Tamedia et se traduit par autant d'opportunités que de défis. Dans ce contexte, nous pouvons nous réjouir d'avoir réussi, durant l'exercice 2018, à concrétiser deux opportunités importantes qui nous ont permis de faire des progrès significatifs.

En reprenant Goldbach Group, nous renforçons et diversifions notre assise, en complément de nos propres offres médiatiques et de nos places de marché numériques. Goldbach commercialise et négocie de la publicité dans des médias électroniques et numériques privés dans la région DACH (Allemagne/ Autriche/ Suisse). L'activité de base inclut la planification, le conseil, la conception, ainsi que l'achat, l'exécution et le contrôle de l'utilisation de médias électroniques en et hors ligne et de campagnes multi-écrans. Ces activités désormais regroupées sous la houlette de Tamedia se complètent parfaitement dans l'optique du client. De concert avec le spécialiste de la publicité extérieure Neo Advertising, dont nous avons également repris la majorité des parts l'an dernier, nous sommes en mesure de couvrir l'intégralité des besoins de communication de nos clients. Dans un environnement compétitif, la capacité d'innovation et la compétence technologique constituent les facteurs de succès essentiels et la fusion permet de les renforcer.

L'intégration de Goldbach, sous la supervision personnelle du président de la Direction générale de Tamedia Christoph Tonini et en étroite collaboration avec le patron de Goldbach Michi Frank et Marcel Kohler, responsable de Tamedia Advertising, est très avancée. Nous pouvons constater que ce processus ambitieux est soutenu par tous dans un esprit constructif et que le potentiel dépasse les attentes initiales. L'entreprise entretient les contacts traditionnellement étroits avec les partenaires commerciaux importants de Goldbach, dont les réactions sont également positives. Tout cela ne coule pas de source et a de quoi nous réjouir. La concrétisation des objectifs de croissance par une diversification logique dans un nouveau domaine d'activité et le renforcement des activités existantes sont en bonne voie. Je tiens ici à exprimer mes remerciements et ma gratitude à toutes les parties prenantes.

En reprenant la Basler Zeitung, nous avons réalisé une deuxième acquisition importante l'an dernier. Cette marque s'intègre parfaitement dans notre portefeuille. Avec nos principaux médias à Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Winterthour et Zurich, nous desservons les six plus grandes régions urbaines de Suisse et confortons notre position de première entreprise de médias en Suisse. Nous entretenons des coopérations de longue date avec la Basler Zeitung dans la commercialisation d'annonces, l'impression de journaux, la collaboration

rédactionnelle et les suppléments. La marque Das Magazin avec ses reportages, portraits et essais de qualité est apprécié plus particulièrement par le public bâlois, très exigeant en termes intellectuels. L'intégration de la Basler Zeitung dans le réseau des publications de Tamedia a donc été aisée. Engagée en janvier 2018, elle a fait ses preuves et a permis aux marques concernées de se renforcer mutuellement. Un reportage très détaillé sur les maisons de retraite en Suisse élaboré par la cellule d'enquête commune et publié dans la SonntagsZeitung en avril dernier en est un bon exemple. Au cours de la semaine suivante, les données de ce reportage ont été utilisées par différentes rédactions pour approfondir la thématique dans une perspective régionale.

Les nouvelles rédactions centrales de Tamedia dirigées par Ariane Dayer en Suisse romande et Arthur Rutishauser en Suisse alémanique ainsi que toutes les rédactions des différentes marques méritent nos plus vives félicitations pour le travail accompli l'an dernier. Tout comme les Editorial Services communs de Tamedia, qui ont de surcroît subi une vaste réorganisation qui a touché de nombreux collaborateurs. Dans un esprit de mixité et de diversité interne, je suis très heureux que la direction de ce domaine important ait été confiée à Vivian Joyce, une ancienne cadre de la Basler Zeitung.

Tant sur le marché des utilisateurs et que celui des annonces, nos offres médiatiques sont toujours fortement sous pression. Elles sont certes appréciées, mais les alternatives se multiplient, notamment sur le marché de la publicité, ce qui se traduit par une pression significative sur les prix et des baisses de chiffre d'affaires douloureuses qui impactent l'exercice 2018. Ce contexte justifie l'arrêt de l'édition imprimée du Matin, dont les pertes n'étaient plus viables – une décision marquante et regrettable pour toutes les parties prenantes, à commencer par ses fidèles lecteurs et les collaborateurs concernés. L'évolution positive de la marque le matin.ch, dirigée par Laurent Siebenmann, est en revanche une belle source de satisfaction.

Nous pouvons répondre aux tendances négatives en entretenant les qualités de nos offres, mais aussi l'efficacité de notre création de valeur par le recours à des formes de coopération intelligentes. Nous devons par ailleurs poursuivre de manière proactive sur la voie de la transformation numérique. L'organisation étendue des médias payants avec Marc Isler comme Chief Digital Revenue Officer, Reto Matter comme Chief Technology Officer et Christoph Zimmer comme Chief Digital Product Officer sous la direction de Serge Reymond va précisément dans ce sens. 20 Minuten dont Marco Boselli assume la responsabilité journalistique est déjà très avancé et apporte la preuve, avec toujours ce même esprit novateur, que l'activité médiatique continue d'offrir des perspectives économiques intéressantes, même dans la dynamique actuelle.

Le marché suisse reste extraordinairement attrayant et notre groupe est parfaitement positionné. Les expériences positives enregistrées dans le cadre de l'introduction de nouveaux modèles payants numériques durant l'exercice 2018 nous renforcent dans notre conviction qu'il y aura à long terme une demande et une propension à payer pour un journalisme indépendant de qualité. Nous sommes conscients de notre responsabilité journalistique et souhaitons poursuivre notre développement en tant qu'entreprise de médias privée numéro un. Le journalisme est au cœur de notre entreprise familiale. Au cours des trois prochaines années, nous investirons 30 millions de francs supplémentaires dans la transformation de nos médias payants, en plus des dépenses courantes.

Dans la perspective des investisseurs, le domaine d'entreprise Rubriques et Places de marché dirigé par Christoph Brand est le plus porteur. Avec les portails d'offres d'emploi de JobCloud, les plateformes immobilières homegate.ch et immostr.eet.ch ainsi que les places de marché ricardo.ch et tutti.ch, Tamedia est parfaitement positionnée. C'est ce que confirme aussi le résultat du domaine, qui affiche de nouveaux



records pour l'exercice 2018. La concurrence s'intensifie également dans l'activité des places de marché, mais celle-ci continue de croître et offre des perspectives alléchantes avec la tendance internationale vers les plateformes de transactions. Nous disposons déjà d'un bon savoir-faire en la matière, grâce notamment à [ricardo.ch](http://ricardo.ch), où 5 millions de transactions ont été exécutées durant l'exercice, soit plus de 13 500 transactions par jour.

Malgré le résultat favorable de nos rubriques et places de marché, nous sommes conscients que la transformation des modèles d'affaires ne concerne pas uniquement nos offres éditoriales, mais constitue aussi un défi pour nos plateformes commerciales. Les attentes des clients et la rapidité des changements progressent sans cesse; par ailleurs, l'activité lucrative incite également de nouveaux concurrents à proposer des offres innovantes. C'est pourquoi nous avons considérablement développé nos compétences en matière de technologie, de marketing, de produits et d'expérience client au cours des 12 derniers mois. Nous employons une remarquable concentration de talents, même dans une comparaison internationale. Grâce à eux, nous avons les capacités requises pour réaliser des projets d'envergure et pour innover sur le marché. C'est ce que nous avons prévu de faire cette année dans le segment des véhicules avec [carforyou.ch](http://carforyou.ch), en partenariat avec AXA Assurance.

À la fin de l'exercice 2018, Swisscom a exercé son option sur notre participation minoritaire de 31 pour cent dans la coentreprise [LocalSearch](http://LocalSearch). La transaction a été réalisée en début d'année. Le courage entrepreneurial dont nous avons fait preuve en nous lançant sur le marché des annuaires numériques il y a une bonne dizaine d'années et notre stratégie judicieuse sont récompensés par un bénéfice à neuf chiffres (qui a déjà dû être comptabilisé pour l'essentiel durant l'exercice 2015 en raison des directives comptables IFRS applicables). Cet exemple montre clairement que

le nouvel univers des médias n'est pas uniquement jalonné de défis, mais offre également de belles opportunités. Notre plateforme de planification de réunions [Doodle](http://Doodle) ainsi que le service de streaming et prestataire technologique [zattoo.com](http://zattoo.com), dont nous reprenons la majorité des parts, en sont d'autres exemples tout à fait illustratifs. Tous deux profitent d'une tendance aux modèles de souscription que l'on observe de façon générale dans l'économie numérique et que nous suivons en investissant à bon escient. Par notre engagement couronné de succès dans [moneypark.ch](http://moneypark.ch), nous développons résolument nos participations minoritaires dans des start-up prometteuses dans le domaine de la Fintech.

À l'échelon du groupe, nos comptes annuels 2018 sont en-deçà de nos attentes. En comparaison avec l'année précédente, le résultat d'exploitation avant amortissements a diminué d'environ 10 millions, abstraction faite des effets comptables purs générés par la norme comptable IAS 19. Après normalisation, il est pratiquement inchangé. Cela n'a toutefois été possible que grâce aux rachats évoqués. Du fait des investissements importants que nous avons pratiqués et du potentiel de nos cadres et collaborateurs, nous avons pour ambition d'accroître durablement le chiffre d'affaires global et surtout le résultat au cours des prochaines années. Pour l'année en cours, le Conseil d'administration propose un dividende inchangé de 4.50 francs par action. Les collaborateurs participent au bénéfice à hauteur de 2 342 francs par emploi à plein temps. Au nom du Conseil d'administration, je vous adresse mes plus vifs remerciements à tous, aux cadres et à la direction de l'entreprise sous la conduite de Christoph Tonini, pour votre engagement quotidien sans faille et votre excellente collaboration. Je remercie également mes collègues du Conseil d'administration et du conseil consultatif pour les technologies des médias et l'innovation pour leur grand engagement et leur contribution remarquable en des temps difficiles. Conformément à la rotation familiale, mon cousin

Martin Coninx quittera le Conseil d'administration lors de l'Assemblée générale. Je le remercie tout particulièrement pour sa contribution et son excellente collaboration. Il restera lié à l'entreprise en tant qu'actionnaire familial.

Ces dernières années, Tamedia a renforcé sa position de premier groupe de médias privé de Suisse et s'est développé dans de nouveaux secteurs d'activité, via notamment les reprises récentes de la Basler Zeitung, de Goldbach Group, de Neo Advertising et de Zattoo. Compte tenu du développement dynamique dans tous les secteurs d'activité, un projet de réexamen de l'organisation de l'entreprise a été lancé. Le point de départ de cette réflexion tient au fait que les différents secteurs d'activité - Médias payants, Médias pendulaires, Marketing/Commercialisation publicitaire, Places de marché numériques et Participations sont chacun actifs dans des contextes très différents. Ces activités sont confrontées à des défis spécifiques et offrent donc des opportunités différentes. Ils doivent ainsi être exploités de manière stratégique. L'objectif du projet est de développer des conditions optimales de transparence et de croissance dans tous les secteurs d'activité en intégrant leurs différentes cultures. Le projet vise à créer une base solide pour une prise de décision d'ici cet été.



**Pietro Supino**

Éditeur et président du Conseil d'administration



# Un groupe de médias en transformation

Nous connaissons des sentiments contradictoires. La Suisse est un pays très attractif à la population prospère et éduquée, qui participe à la vie politique, économique, culturelle, sociétale et sportive. Dans ce cadre privilégié, au fil des décennies, nous avons acquis d'excellentes positions sur le marché avec l'appui de nos collaboratrices et collaborateurs, qualifiés et engagés. Nous avons vécu des hauts et des bas. Aujourd'hui, notre univers médiatique traverse une transformation numérique. Elle s'accompagne d'une très forte concurrence sur le marché des utilisateurs et de la publicité. Nous sommes mis au défi de poursuivre le développement de nos plateformes performantes afin de les protéger des bouleversements disruptifs et de préserver la rentabilité et donc aussi l'indépendance de nos médias.

A leur création, les places de marché numériques n'étaient par exemple rien d'autre que des annonces de journaux sur Internet. Grâce à de nouvelles fonctionnalités, elles se transforment en plateformes de transactions qui reproduisent toute la chaîne de création de valeur, du contact initial jusqu'à l'achat. Pour cela, nous avons besoin de nouvelles connaissances que nous acquérons grâce à la diversité de nos collaborateurs et à des investissements dans de nouvelles technologies et start-up. Nous créons ainsi les conditions d'une transformation réussie de nos activités.

Je constate que l'offre de base du journalisme est plus riche que jamais. Le journalisme d'investigation connaît un âge d'or. Et le «longform storytelling» profite de nouvelles possibilités multimédias. Claas Relotius nous a d'ailleurs clairement rappelé dernièrement que le «story telling» était une notion ambivalente.

Un positionnement idéologique et des idées préconçues semblent certes constituer un concept efficace pour certaines offres de niche, pour la reconnaissance sociale entre pairs et même pour remporter des prix de journalisme. Mais je reste convaincu que la curiosité doit rester le point de départ de notre travail. L'exactitude, la vérité dans le sens de l'exhaustivité, la transparence, notamment à propos des propres centres d'intérêt, ainsi que l'impartialité à l'égard des personnes et institutions concernées par le reportage constituent les critères de qualité fondamentaux du métier de journaliste.

Nous devons nous y référer. C'est ainsi que nous pouvons nous distinguer des articles de propagande et des bulles de perception dans une offre médiatique pléthorique. Nous apportons ainsi une valeur ajoutée à la société et aux personnes qui souhaitent s'informer et se forger leur propre opinion dans un monde de plus en plus complexe.

C'est le cœur de notre responsabilité éditoriale, notre mission et notre chance. Je suis persuadé qu'il y aura à long terme une demande et une disposition à payer pour du journalisme de qualité indépendant. Les expériences récentes avec les modèles numériques payants me confortent dans cette conviction. L'ancrage local, la proximité des lecteurs et le journalisme fondé sur des données ainsi que le journalisme «longform» avec une capacité de transposition linguistique et multimédia croissante sont des facteurs de réussite sur lesquels nous pouvons miser.

Pietro Supino

L'intégralité de la longform «Un groupe de médias en transformation» est disponible sur le lien suivant: [transformation.tamedia.ch](https://transformation.tamedia.ch)



**Pietro Supino**



**Martin Coninx**



**Martin Kall**



**Pierre Lamunière**



**Sverre Munck**



**Marina de Planta**



**Konstantin Richter**

#### **Pietro Supino, éditeur**

Président du Conseil d'administration, président de la commission de publication, de la commission de nomination et de rémunération, de la commission de développement des activités ainsi que du conseil consultatif pour les technologies des médias et l'innovation

Pietro Supino (CH/I/1965), qui siège au Conseil d'administration depuis 1991, a été nommé éditeur et de président du Conseil d'administration en mai 2007. Depuis 2016, il est également président de l'association Médias Suisses. Pietro Supino a terminé ses études de droit et d'économie à l'université de St-Gall par un doctorat. Il a par ailleurs obtenu un Master à la London School of Economics and Political Sciences ainsi que le brevet d'avocat zurichois. Pour se préparer à sa fonction d'éditeur, il a fréquenté la Columbia School of Journalism de New York,

dont il a intégré le Board of Visitors en 2012. De 1989 à 1998, Pietro Supino a travaillé comme avocat et conseiller en entreprise, avant de créer une banque privée à Zurich avec des partenaires. Aujourd'hui, il est également président de Tamedia Espace SA, de Tamedia Publications romandes SA, de Zürcher Regionalzeitungen AG, de Basler Zeitung AG et en outre du conseil de surveillance de DJ Digitale Medien GmbH à Vienne. En outre il est vice-président d'Edita SA à Luxembourg et membre du conseil de surveillance d'Ultimate Media Beteiligungs- und Management GmbH à Vienne et siège aux conseils de fondation resp. aux comités de la Fondation pour l'art constructif, concret et conceptuel à Zurich, du Family Business Network Switzerland ainsi que de la Camera di Commercio Italiana per la Svizzera.

#### **Martin Coninx**

Membre de la commission de nomination et de rémunération et de la commission de révision

Martin Coninx (CH/1970) siège au Conseil d'administration depuis avril 2016. Il est Managing Partner de Research Partners AG depuis 2014. Parallèlement, il siège aux Conseils d'administration de schweizeraktien.net AG et de eyeonX AG. De 2004 à fin 2013, Martin Coninx a travaillé chez Tamedia, d'abord comme directeur d'édition, puis comme directeur de Verlag Finanz und Wirtschaft AG. Auparavant, il a été Marketing Director Publicitas à Shanghai et responsable marketing du magazine Bilanz mais aussi expert-comptable et consultant dans une filiale de Ernst & Young. Martin Coninx a suivi des études d'économie d'entreprise à la Zürcher Hochschule à Winterthur et un perfectionnement de directeur d'édition avec brevet fédéral à l'Institut suisse des médias.

### Martin Kall

Membre de la commission de nomination et de rémunération et de la commission de développement des activités

Martin Kall (CH/D/1961) siège au Conseil d'administration depuis avril 2013. Il est président de l'assemblée des associés de Verlags-AG «Schweizer Bauer» à Berne et président du conseil d'administration de Prevanto SA, une société spécialisée dans les services de prévention, ainsi que de l'entreprise de médias Kömedia AG de St-Gall. Martin Kall a assuré la présidence de la Direction générale de Tamedia d'avril 2002 à décembre 2012. Auparavant, il dirigeait les éditions Europe et les magazines Suisse chez Ringier SA en qualité de membre de la direction du groupe. De 1989 à 1996, il a travaillé chez Bertelsmann AG, en dernier lieu en qualité de directeur de Bertelsmann Fachinformation GmbH à Munich. Martin Kall est titulaire d'un MBA obtenu à la Harvard Business School en 1989. Il a étudié l'histoire et les sciences économiques à l'Université de Fribourg-en-Brisgau et à la London School of Economics and Political Sciences, obtenant un diplôme d'économiste en 1987.

### Pierre Lamunière

Membre de la commission de développement des activités et de la commission de publication

Pierre Lamunière (CH/1950) est membre du Conseil d'administration depuis mai 2009. Après des études aux États-Unis (MBA Wharton School, University of Pennsylvania), Pierre Lamunière a rejoint le groupe Edipresse en 1977. Dès 1987, il a dirigé l'entreprise en tant que directeur général. En 1998, il a été nommé président et délégué du Conseil d'administration. De 1997 à 2002, Pierre

Lamunière a siégé au conseil d'administration de La Poste. Il est président de Lamunière Holding SA et de ses filiales. Pierre Lamunière est en outre membre du comité de direction de la Fédération internationale de la presse périodique (FIPP), qu'il a présidée de 2007 à 2009. De mars 2008 à 2016, il a siégé au conseil d'administration de la Banque Cantonale Vaudoise (BCV).

### Sverre Munck

Membre de la commission de révision

Sverre Munck (N/1953) est membre du Conseil d'administration depuis avril 2018. Investisseur et administrateur professionnel, notamment en tant que président du conseil d'administration de l'Oslo Science Park, Sverre Munck est ancien responsable de la stratégie et président directeur général adjoint et responsable de la stratégie et du développement de l'entreprise de Schibsted ASA Media Group, où il a dirigé le secteur International Editorial jusqu'en septembre 2013. Il a étudié les sciences économiques à la Yale University et obtenu son doctorat à la Stanford University en 1983. Après ses études, Sverre Munck a d'abord conseillé le Ministère des finances norvégien, puis travaillé, de 1984 bis 1987, pour McKinsey & Company Inc. Il a ensuite pris les rênes de la société Loki AS. En 1994, Sverre Munck est entré au service de l'entreprise Schibsted ASA en tant que Chief Financial Officer, et y est devenu Executive Vice President de la division Multimédia en 1998.

### Marina de Planta

Présidente de la commission de révision

Marina de Planta (CH/1965) a suivi des études d'économie à l'Université de Genève avant de travailler, pendant 17 ans, pour Ernst & Young à Genève, Zurich et Hong Kong. En 1992, elle

a obtenu le diplôme d'expert fiscal de la Chambre suisse des experts comptables et fiscaux à Zurich. Depuis 2010, Marina de Planta est partenaire et experte fiscale de l'étude Ducrest Heggli Avocats LLC à Genève. Marina de Planta siège au Conseil d'administration des sociétés AXA Assurances SA et AXA Vie SA à Winterthur. Elle enseigne en outre le droit fiscal à la Haute école de gestion de Genève (chargée de cours). Elle siège également au comité genevois de Human Rights Watch.

### Konstantin Richter

Membre de la commission de publication et de la commission de révision

Konstantin Richter (D/1971) est membre du Conseil d'administration depuis 2004. Il a démarré sa carrière professionnelle en 1997, en tant qu'assistant de rédaction pour le magazine spécialisé en médias Columbia Journalism Review à New York. Reporter pour le Wall Street Journal à Bruxelles de 1999 à 2001, il a ensuite travaillé en tant que cogérant des éditions Rogner & Bernhard à Hambourg et Berlin de 2004 à 2005. Auteur et journaliste indépendant, il vit aujourd'hui à Berlin. Auteur des livres «Bettermann» (2007), «Kafka war jung und brauchte das Geld» (2011) et «Die Kanzlerin – Eine Fiktion» (2017), il écrit régulièrement des articles pour Die Zeit et Die Welt et est en outre Contributing Writer pour le portail d'information américain Politico. En 2011, il a reçu le prix du meilleur reporter allemand pour l'un de ses reportages paru dans Die Zeit. Konstantin Richter a obtenu son Bacheloren littérature anglaise et philosophie à l'Université d'Edimbourg. Il a par ailleurs suivi le programme de Master de la Columbia University Graduate School of Journalism à New York.



**Emily Bell****Markus Gross****Mathias Müller von Blumencron**

Le conseil pour la technologie des médias et l'innovation a été constitué à l'automne 2013. Sa tâche consiste à conseiller le Conseil d'administration et la Direction générale pour le développement du marché numérique et à accompagner l'entreprise dans sa mue digitale. Composé de spécialistes réputés issus des médias numériques, des activités en ligne et de la technologie numérique, il a pour mission d'anticiper les tendances, d'analyser le potentiel à exploiter dans le domaine numérique et d'apporter un point de vue externe sur les possibilités d'investissements ou d'alliances stratégiques.

#### **Emily Bell**

(GB/1965) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis février 2014. Elle est professeure et directrice du Tow Center for Digital Journalism à la Columbia University Graduate School of Journalism de New York. Experte reconnue sur le plan international, Emily Bell est également une commentatrice appréciée des thèmes en rapport avec les médias. Elle a été rédactrice en chef des sites Web du Guardian et directrice des contenus numériques du Guardian News and Media Group jusqu'en 2010. C'est à ce titre qu'elle a introduit avec son équipe Internet de nouvelles formes de communication, à l'instar du live blogging, des formats multimédia et des médias sociaux. Emily Bell fait partie du conseil du Scott Trust, propriétaire du Guardian Media Group, depuis 2013.

#### **Markus Gross**

(CH/D/1963) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis octobre 2013. Il est vice-président de Research et directeur de DisneyResearch| Studios. Né dans la Sarre, il a étudié l'électrotechnique et la technologie de l'information à l'Université de la Sarre, où il a obtenu son doctorat en infographie et traitement de l'image en 1989. Markus Gross œuvre depuis 1994 à l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich, où il a créé le Computer Graphics Laboratory. Il est directeur de Disney Research depuis 2008, un laboratoire international de recherche de Walt Disney Company, qui travaille dans les domaines de la technologie vidéo, de la cinématographie assistée par ordinateur et de l'animation humaine et faciale. Markus Gross s'est vu remettre en 2013 un Technical Achievement Award de l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences.

#### **Mathias Müller von Blumencron**

(CH/D/1960) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis octobre 2013. Il est rédacteur en chef du journal Tagesspiegel à Berlin depuis septembre 2018. Depuis 2013 jusqu'à la fin de 2017 il était rédacteur en chef des médias numériques à la Frankfurter Allgemeine Zeitung. Mathias Müller von Blumencron a étudié le droit et l'économie d'entreprise à St-Gall, Hambourg et Kiel. Après sa formation journalistique à l'Ecole Henri-Nannen, il est entré comme rédacteur au magazine économique Das Capital et il a travaillé ensuite pour la Wirtschaftswoche. Mathias Müller von Blumencron a commencé à travailler pour l'hebdomadaire Der Spiegel en 1992, d'abord en tant que rédacteur à la rubrique Allemagne II, puis comme correspondant à Washington et à New York; en fonction de rédacteur en chef de Spiegel Online à partir de 2000 il l'a établi le site de nouvelles principal en Allemagne. Il a été corédacteur en chef de ce magazine de 2008 à 2013 et était responsable tant de la rédaction imprimée qu'en ligne.

# Prêts à saisir les opportunités



**Christoph Tonini,**  
Président de la Direction générale

L'année 2018 fut exceptionnelle pour les médias suisses à bien des égards. Les principaux changements pour Tamedia ont été le lancement de la rédaction Tamedia en Suisse romande et alémanique, les rachats de Goldbach et de la Basler Zeitung ainsi que l'acquisition de la majorité dans l'entreprise de publicité extérieure Neo Advertising. Le marché suisse de la publicité dans les médias imprimés s'est contracté beaucoup plus rapidement que les années précédentes, le marché de la publicité télévisée a stagné et les dépenses publicitaires croissantes dans le secteur en ligne ont principalement été captées par les grands groupes internationaux américains. Dans ce contexte difficile, le groupe de médias Tamedia a bouclé l'exercice 2018 avec un résultat ordinaire de 129.5 millions de francs. Le résultat inclut notamment aussi une correction de valeur sur des créances à hauteur de 6.0 millions de francs, suite à la faillite de Publicitas.

Depuis début 2018, nos quotidiens payants obtiennent leurs contenus des rédactions centrales de Tamedia en Suisse romande et alémanique et ce, pour les reportages des

rubriques Suisse, Monde, Économie et Sport. Nos lecteurs aussi bien que les spécialistes des médias ont formulé des commentaires majoritairement positifs, car la qualité des différentes marques s'est améliorée grâce à la collaboration suprarégionale tout en préservant leur ADN. Les systèmes de production, les structures de mise en page et le processus de production des différents quotidiens ont été uniformisés pour assurer un échange parfaitement aisé entre la rédaction de Tamedia et les rédactions des marques. La conception des différents plateformes numériques et applications des marques seront remaniées au cours de cette année.

Notre réseau de journaux s'est encore agrandi durant l'année sous revue avec l'intégration de la Basler Zeitung, renforçant ainsi notre cœur de métier. Nous nous réjouissons de cet apport, car nos quotidiens sont désormais représentés dans toutes les grandes régions économiques suisses: Arc lémanique, Bâle, Berne et Zurich.

Le nombre d'abonnements numériques pour nos plateformes de news s'est fortement accru durant l'année sous

revue. Fin 2018, nous comptons plus de 70 000 abonnements numériques actifs et avons vendu quelque 100 000 pass journaliers au cours de l'année. Cette évolution positive nous encourage à poursuivre nos investissements dans le développement des offres payantes numériques de nos journaux quotidiens et dominicaux, car nous pensons que la disposition à payer pour une offre d'information de qualité a fortement augmenté. Début 2019, nous avons créé une nouvelle organisation dans ce domaine afin de mieux répondre aux besoins croissants des lecteurs. Elle est constituée de trois équipes qui se focalisent sur l'avenir numérique des médias payants. L'équipe Digital Product a pour mission de développer les compétences pour le traitement numérique, d'améliorer la présentation et la diffusion des contenus rédactionnels et d'élaborer de nouveaux produits. L'équipe Digital Revenue est responsable de l'acquisition de nouveaux abonnés ainsi que de la définition de l'offre et de la tarification. Compte tenu de l'importance croissante de la technologie, tant pour les rédactions que pour la commercialisation des offres, la responsabilité globale a été concentrée avec la création de la nouvelle fonction de CTO (Chief Technology Officer) Médias payants. L'ancrage local, la proximité du lecteur, la recherche, les analyses de données, les Longforms et les nouvelles formes de story telling sont autant d'éléments sur lesquels nous voulons asseoir notre succès.

### Informations sur les segments

en CHF 000

|                                                                                                | 2018             | 2017             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Médias payants                                                                                 | 569 649          | 603 833          |
| Médias pendulaires et Commercialisation                                                        | 206 403          | 154 429          |
| Places de marché et Participations                                                             | 252 816          | 235 533          |
| Éliminations                                                                                   | (18 235)         | (19 576)         |
| <b>Revenus</b>                                                                                 | <b>1 010 633</b> | <b>974 219</b>   |
| Médias payants                                                                                 | (522 279)        | (521 216)        |
| Médias pendulaires et Commercialisation                                                        | (144 409)        | (103 777)        |
| Places de marché et Participations                                                             | (148 092)        | (143 700)        |
| Éliminations                                                                                   | 10 016           | 39 680           |
| <b>Charges opérationnelles et part du résultat dans des sociétés associées / coentreprises</b> | <b>(804 764)</b> | <b>(729 013)</b> |
| Médias payants                                                                                 | 47 370           | 82 617           |
| Médias pendulaires et Commercialisation                                                        | 61 994           | 50 652           |
| Places de marché et Participations                                                             | 104 725          | 91 833           |
| Éliminations                                                                                   | (8 219)          | 20 104           |
| <b>Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)</b>                                     | <b>205 869</b>   | <b>245 206</b>   |
| Médias payants                                                                                 | 8,3%             | 13,7%            |
| Médias pendulaires et Commercialisation                                                        | 30,0%            | 32,8%            |
| Places de marché et Participations                                                             | 41,4%            | 39,0%            |
| <b>Marge EBITDA</b>                                                                            | <b>20,4%</b>     | <b>25,2%</b>     |

Au cours de l'exercice sous revue, l'Office fédéral de la communication a réalisé pour la première fois l'étude «Monitoring des médias Suisse». Elle désigne 20 Minuten, y compris 20 minutes en Suisse romande et 20 minuti au Tessin, comme le média individuel le plus influent de Suisse. Les jeunes lecteurs utilisent notamment les marques du groupe de médias 20 Minuten pour se forger une opinion. Au cours de l'année sous revue, les marques aux taux d'audience très élevés de 20 Minuten ont atteint un bien plus grand nombre d'utilisateurs que l'année précédente sur une base journalière et leur édition numérique en langue allemande a, pour la première fois, franchi la barre des 100 millions de consultations en juin 2018.

Durant l'année sous revue, les médias pendulaires se sont notamment intéressés aux besoins des jeunes. Afin de mieux les comprendre, 20 Minuten a notamment lancé le Youth Lab. Les jeunes âgés de 14 à 16 ans ont pu avoir des échanges avec l'ensemble des services de 20 Minuten sur différents thèmes – idées de produits, pertinence des thèmes, traitement des nouvelles, médias sociaux, etc. – dans le cadre de 12 ateliers. Un format journalistique innovant, «Storycards», qui ne traite pas les articles de façon linéaire, mais sous forme de différents éléments – une synthèse de l'article et certaines vidéos ou illustrations, par exemple – a été introduit. Le canal jeunesse 20 Minuten Tillate a par ailleurs été entièrement intégré dans la plateforme d'information de 20 Minuten fin 2018, dans le but de regrouper des contenus et des thèmes pour un groupe cible jeune.

Alors que la baisse des chiffres d'affaires de la publicité dans les médias imprimés n'a pas pu être compensée en Suisse par des recettes publicitaires numériques, nos activités à l'étranger – L'essentiel, BT / Metroxpress et Heute / heute.at – ont bouclé l'exercice sur un résultat en progression par rapport à l'année précédente.

Nous sommes parvenus à développer significativement notre position de commercialisation dans le domaine publi-

taire durant l'année sous revue. Au printemps, la Commission fédérale de la concurrence a approuvé le rachat de la majorité dans Neo Advertising, la troisième société de commercialisation de publicité extérieure en Suisse, et à la fin de l'été, celui de la principale société de commercialisation de publicité télévisée et radiodiffusée Goldbach. Nous sommes ainsi en mesure de proposer à nos clients tous les canaux publicitaires d'un seul tenant. Au cours des prochains mois, nous élaborerons des offres sur mesures, conjointement avec nos nouveaux collègues. Des opportunités de croissance que nous souhaitons mettre à profit se présentent par ailleurs dans le domaine de la publicité extérieure numérique, tant en Suisse que sur les marchés étrangers sur lesquels nous sommes déjà représentés. De nouvelles possibilités de synergies pour la commercialisation de la plateforme télévisée zattoo.com, dont le rachat majoritaire a été approuvé par la Commission fédérale de la concurrence en février, se présentent également en Suisse et en Allemagne.

Nos offres numériques dans le secteur Classifieds, Places de marché et Services ont évolué avec succès l'an dernier et ont contribué de façon décisive à notre résultat. La plateforme immobilière homegate.ch a défendu avec succès sa position de leader sur le marché suisse et prévoit de la développer, sous la houlette de Nick McKittrick, l'ancien CEO de rightmove.uk, le principal portail immobilier d'Angleterre. Les portails d'emploi en ligne de JobCloud ont profité de la solidité du marché du travail suisse et ont de nouveau bouclé l'exercice sur un excellent résultat. Les plateformes d'emploi en ligne et immobilières performantes sont toutefois exposées à un risque de disruption, notamment suite à l'arrivée d'entreprises internationales sur le marché suisse. Nous investissons par conséquent massivement dans nos offres. Ainsi, la place de marché ricardo.ch a progressivement lancé une plateforme entièrement remaniée durant l'année sous revue et a par ailleurs introduit un nouveau modèle de prix. Plus aucun frais



de publication n'est désormais perçu pour la marchandise proposée. Des frais ne sont prélevés que si la vente aboutit. La plateforme de petites annonces tutti.ch a également progressé et ce, malgré le lancement de Facebook Marketplaces sur le marché. L'offre de prestations sur le thème de la mobilité en collaboration avec la compagnie d'assurance Axa a en outre été lancée en janvier 2019. La plateforme de planification de réunions doodle.com, dont nous avons renforcé l'équipe l'an dernier, enregistre une évolution favorable des utilisateurs à l'étranger. Nous sommes convaincus que ce service efficace recèle encore un fort potentiel et pouvons envisager de le développer en collaboration avec un partenaire.

Le secteur des médias traverse encore une phase de transformation mouvementée et Tamedia n'y échappe pas. Cette transformation touche aussi bien les offres de médias que les plateformes commerciales numériques. Nous en sommes conscients et avons par conséquent investi très tôt dans le perfectionnement, les nouveaux emplois et les nouvelles équipes dans les secteurs du journalisme, de l'ingénierie et de la commercialisation. Il ne fait en effet aucun doute pour nous que le changement est inéluctable, mais qu'il offre aussi de nombreuses opportunités inédites. Nous sommes prêts à les saisir.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tonini', with a long horizontal stroke extending to the left.

**Christoph Tonini**

Président de la Direction générale



**Christoph Tonini**



**Christoph Brand**



**Samuel Hügli**



**Michi Frank**



**Marcel Kohler**



**Sandro Macciachini**



**Serge Reymond**



**Andreas Schaffner**

**Christoph Tonini**  
Directeur général

**Christoph Brand**  
Rubriques & Places de marché

**Samuel Hügli**  
Technologie & Participations

Christoph Tonini (CH/I/1969) est président de la Direction générale de Tamedia depuis janvier 2013. Il est entré chez Tamedia en avril 2003 en qualité de directeur financier et membre de la Direction générale. Dès 2004, il fut également responsable du département Services. De 2008 à 2012, il a notamment dirigé les secteurs Journaux Suisse et Médias Suisse, avant de devenir directeur du secteur Digital & 20 Minuten. Dès 2007, il fut par ailleurs vice-président de la Direction générale. Avant de rejoindre Tamedia, Christoph Tonini a occupé différents postes chez Ringier de 1998 à 2003, dont celui de responsable de Ringier Hongrie et Ringier Roumanie. Christoph Tonini a suivi des études de MBA à l'Université de Saint-Gall de 2001 à 2003. De 1990 à 1993, imprimeur offset de formation, il a étudié à l'Ecole Suisse d'ingénieurs de l'industrie graphique et de l'emballage (esig) à Lausanne.

Christoph Brand (CH/1969) est membre du comité de direction depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2012 et directeur du département Rubriques & Places de marché. Il est également directeur général adjoint depuis 2019. A la tête de l'entreprise de télécommunications Sunrise de 2006 à 2010, où il a mis en œuvre une stratégie de croissance fructueuse, Christoph Brand a ensuite été nommé CEO de l'éditeur de logiciels Adcubum, avant d'intégrer Tamedia. Auparavant, il était CEO chez Bluewin et a occupé plusieurs postes d'encadrement chez Swisscom, en dernier lieu celui de Chief Strategy Officer et de membre de la direction du groupe. Parallèlement à ses activités opérationnelles, Christoph Brand a notamment siégé aux Conseils d'administration de Directories, de Cinetrade, de Swisscom Mobile et de Micronas. Christoph Brand a étudié l'économie à l'Université de Berne de 1989 à 1995 et a suivi l'Advanced Management Programme de l'INSEAD, qu'il a terminé en 2000.

Samuel Hügli (CH/1970) est membre du comité de direction depuis janvier 2017. Il est en charge de la division Technologie & Participations, qui gère notamment les plateformes [doodle.com](https://doodle.com), [meehan.com](https://meehan.com), [olmero.ch](https://olmero.ch), [renovero.ch](https://renovero.ch) et [starticket.ch](https://starticket.ch). Samuel Hügli a assumé diverses fonctions chez Ringier entre 2000 et 2011. En qualité de responsable du département Technique & Informatique, et précédemment de Group CIO, il a été en charge du service informatique du groupe de médias avant d'être nommé CFO en 2007. Dès 2012, Samuel Hügli a été consultant d'entreprise indépendant pour plusieurs sociétés en Suisse et en Afrique du Sud, et membre de différents conseils d'administration. Typographe de profession, il a réalisé plusieurs formations de management, entre autres à la ZfU, à la Business School de St-Gall et à la London Business School. Il a par ailleurs suivi une formation en Strategic Business Management à l'université du Cap en Afrique du Sud.

**Michi Frank**

CEO Groupe Goldbach

Michi Frank (CH/1967) est CEO du groupe Goldbach et membre du comité de direction de Tamedia depuis août 2018. Il a démarré sa carrière en 1983 chez Publicitas, Tages-Anzeiger et Cash (conseil clients Key-Accounting et responsable des ventes Médias imprimés). De 1994 à 2000, Michi Frank a dirigé Belcom pour Radio 24 et Tele Züri / Tele 24. De 2001 à 2011, il a été CEO de la filiale Goldbach Media (Suisse) et, depuis 2012, il est délégué au conseil d'administration de Goldbach Media. À partir de 2007, Michi Frank a assumé en plus la fonction de Chief Sales Officer et celle de CEO suppléant du groupe Goldbach. Depuis 2014, il est CEO du groupe Goldbach.

**Marcel Kohler**

Publicité &amp; Médias Pendulaires

Marcel Kohler (CH/1960) est membre du comité de direction et responsable du département Publicité & Médias Pendulaires depuis janvier 2013. Auparavant, il a dirigé depuis 2006 l'alliance de médias 20 Minuten. C'est en 1982 qu'il a intégré le secteur des médias, en entrant au Schaffhauser Bock. A partir de 1985, Marcel Kohler a travaillé pendant plus de 20 ans chez l'éditeur du journal Neue Zürcher Zeitung. D'abord Key Account Manager, il est par la suite devenu chef de vente, chef des annonces, puis directeur d'édition adjoint. Marcel Kohler a par ailleurs été membre du groupe de projet responsable du lancement de l'hebdomadaire dominical NZZ am Sonntag. Après une formation de directeur de vente au SAWI, à Bienne, il a suivi une formation continue en marketing systémique à l'Université de Saint-Gall.

**Sandro Macciachini**

Finances &amp; Ressources humaines

Sandro Macciachini (CH/1966) est membre du comité de direction depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008. Il a pris la tête du service juridique de Tamedia en 2003. Sandro Macciachini a terminé ses études de droit en 1995 en obtenant son brevet d'avocat. Il a ensuite travaillé au sein d'un cabinet d'avocats bernois, avant de devenir consultant en droit pour l'Association de la presse suisse jusqu'en 1999. Il a achevé son doctorat en avril 2003 avec une thèse consacrée au droit des médias. En 2006, Sandro Macciachini a terminé un perfectionnement CAS en finances et comptabilité. Il a obtenu le Master of Advanced Studies Corporate Finance en 2009. En 2016 et 2017, il a suivi une formation complémentaire en stratégie, leadership et general management.

**Serge Reymond**

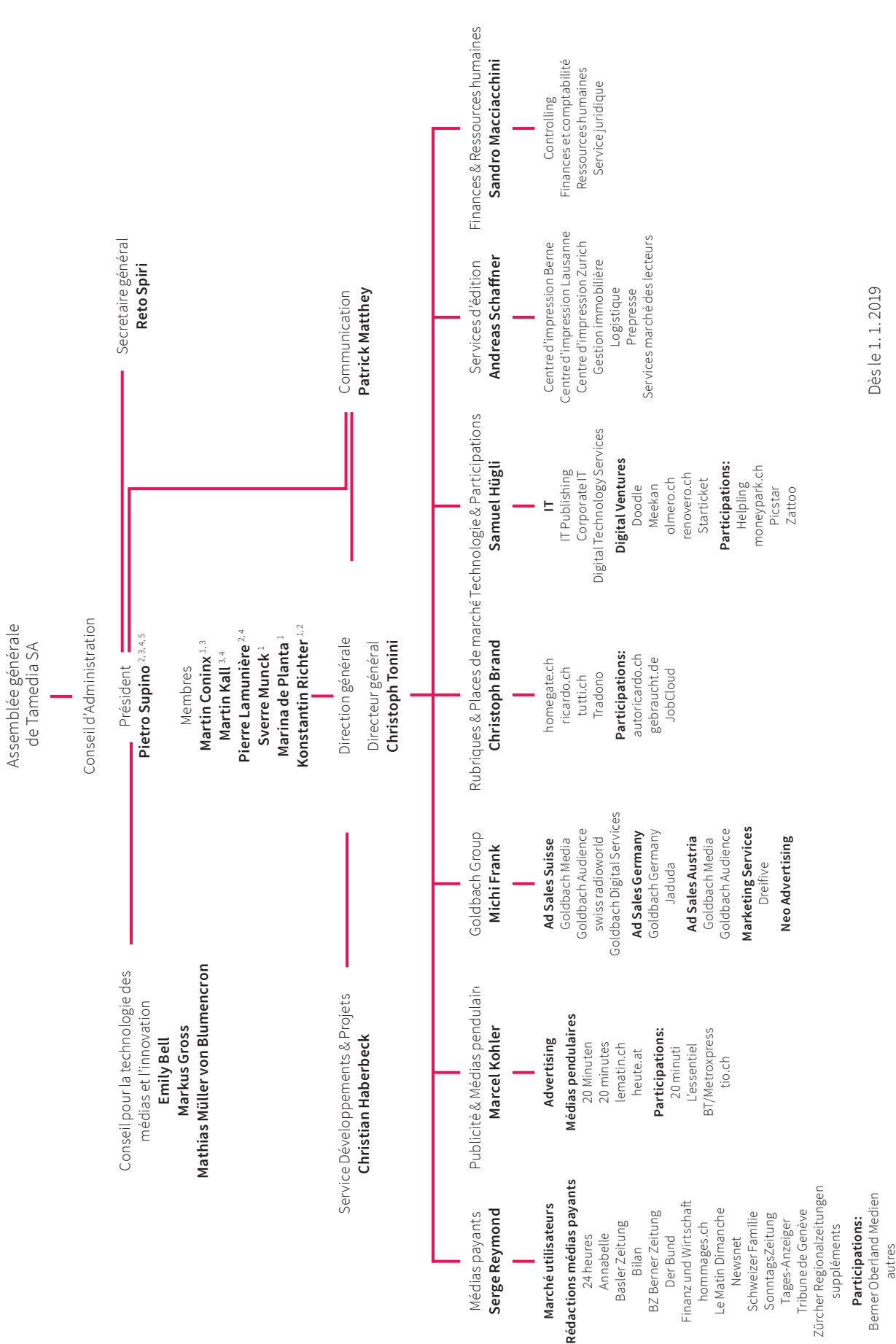
Médias payants

Serge Reymond (CH/1963) est membre du comité de direction de Tamedia depuis le 1<sup>er</sup> mai 2011. Il est en charge du département Médias payants. Il est par ailleurs un associé de Power Matrix Sàrl depuis fin 2015. Serge Reymond a fait des études de mathématiques et d'économie à l'Université de Lausanne, validées par une licence et un MBA. Il a travaillé entre autres pour l'entreprise Galenica et le groupe Swatch avant de prendre, en 1997, la direction de Naville Détail, société spécialisée dans les kiosques à journaux et la distribution en Suisse romande. En 2007, Serge Reymond a été nommé délégué du Conseil d'administration du groupe Naville. En 2009, il rejoint le Groupe Edipresse au poste de vice-président de la direction générale. Le 1<sup>er</sup> juin de la même année, il a repris la présidence de la direction d'Edipresse Suisse.

**Andreas Schaffner**

Services d'édition

Andreas Schaffner (CH/F/1963) est membre du comité de direction et dirige le département Services d'édition depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2009. A ce poste, il est responsable des centres d'impression de Berne, Zurich et Lausanne, des départements Prépresse et Logistique d'édition ainsi que des services Marché des lecteurs. Après un apprentissage de relieur, Andreas Schaffner a multiplié les expériences professionnelles et d'encadrement dans l'industrie graphique, avant d'étudier à l'Ecole Suisse d'Ingénieur des Industries Graphiques à Lausanne. Il est entré chez Ringier en qualité de chef de projet en 1995. Chez Ringier SA, il a dirigé différents départements de service et d'impression avant d'être nommé directeur de Ringier Print Adligenswil en 2005. De 2007 à 2009, Andreas Schaffner, qui a suivi des études d'Executive MBA parallèlement à son activité professionnelle, a été membre de la direction de Ringier Suisse.



Dès le 1. 1. 2019

- <sup>1</sup> Membres de la Commission de révision
- <sup>2</sup> Membres de la Commission de publication
- <sup>3</sup> Membres de la Commission de nomination et de rémunération
- <sup>4</sup> Membres de la Commission de développement des activités
- <sup>5</sup> Président du Conseil pour la technologie des médias et l'innovation

|                                                             |               |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Compte-rendu opérationnel et environnement de marché</b> | <b>17</b>     |
| Analyse du marché                                           | 17            |
| Médias payants                                              | 19            |
| Médias pendulaires et Commercialisation                     | 24            |
| Place de marché et Participations                           | 28            |
| Vue d'ensemble des secteurs (sous forme d'illustration)     | 30            |
| <br><b>Compte rendu financier</b>                           | <br><b>31</b> |
| Présentation des comptes                                    | 31            |
| Variations dans le périmètre de consolidation               | 31            |
| Revenu                                                      | 32            |
| Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)         | 32            |
| Résultat                                                    | 34            |
| Bilan et fonds propres                                      | 35            |
| Compte de résultat normalisé                                | 37            |
| Comparaison pluriannuelle                                   | 38            |
| Informations à l'attention des investisseurs                | 39            |
| <br><b>Groupe Tamedia</b>                                   | <br><b>41</b> |
| Compte de résultat consolidé                                | 41            |
| Bilan consolidé                                             | 43            |
| Tableau de financement consolidé                            | 44            |
| Variation des fonds propres                                 | 45            |
| Participations                                              | 46            |
| Actionnaires principaux                                     | 49            |
| Événements importants intervenus après la clôture du bilan  | 50            |



# Analyse du marché

## Ralentissement de l'économie mondiale – le marché de la publicité dans les médias imprimés reste sous pression

Le cycle conjoncturel de l'économie mondiale a dépassé son zénith en 2018. Les principaux indicateurs avancés ont atteint leur plus haut l'an dernier et sont désormais orientés à la baisse; c'est notamment le cas du Leading Indicator de l'OCDE, de l'indice des directeurs d'achat (PMI) ainsi que du moral des consommateurs dans les pays industrialisés. Ce ralentissement affecte également la Suisse, le PIB suisse ayant été estimé par les experts du Secrétariat d'État à l'économie SECO à 2.6 pour cent pour l'année 2018, ce qui est nettement supérieur à la moyenne. La performance économique globalement forte de la Suisse en 2018 a également eu des répercussions sur le taux de chômage. Corrigé des variations saisonnières, le taux de chômage moyen a baissé de 0.6 pour cent entre 2017 et 2018, passant ainsi de 3.2 pour cent à 2.6 pour cent. En fin d'année, le taux de chômage a atteint son plus bas depuis 10 ans.

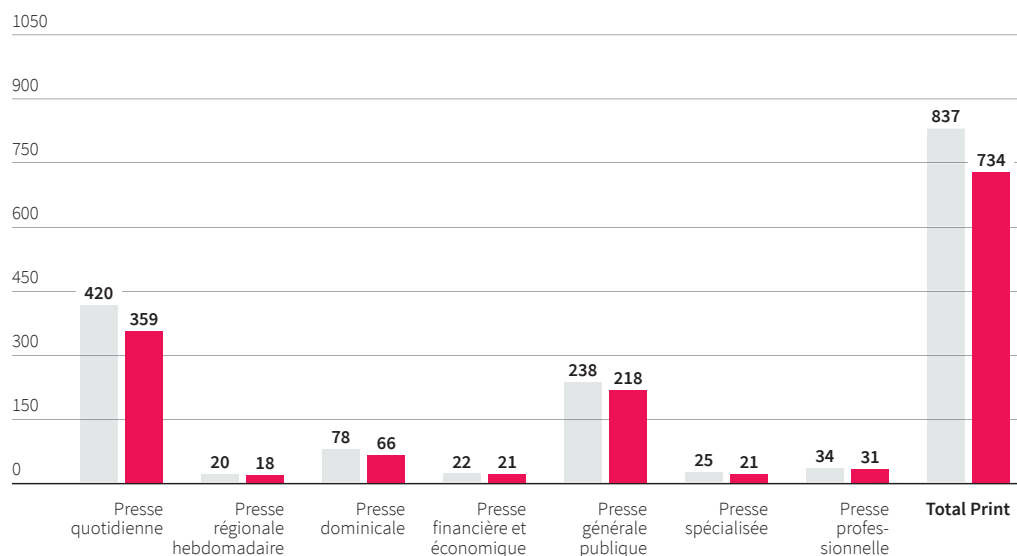
Selon Media Focus, les dépenses publicitaires globales ont augmenté de plus d'un milliard de francs à la valeur record de 7 milliards de francs bruts en 2018. Cette croissance s'explique principalement par le fait que la publicité sur les moteurs de recherche en Suisse romande, les données YouTube, le sponsoring TV ainsi que les formes de publicité Pre Split, Post Split, Single Split et Time ont été pris en compte pour la première fois. Les branches Loisirs, gastronomie et tourisme (+187 millions de francs), Services (+178 millions de francs) et Finances (+147 millions de francs) en particulier ont enregistré une augmentation des impressions publicitaires par rapport à l'année précédente. Les groupes de produits Denrées alimentaires (-27 millions de francs) et Médias (-25 millions de francs) ont en revanche diffusé beaucoup moins de publicités en comparaison avec l'année précédente.

L'intégration de la publicité sur les moteurs de recherche en Suisse romande, des données YouTube ainsi que des différentes formes de publicité a entraîné un transfert des parts de marché des différentes catégories de médias au détriment de la publicité dans les médias imprimés. Ainsi, les journaux et les magazines se sont hissés à la troisième place du mediamix en décembre, avec une part de 24 pour cent du

### Dépenses publicitaires nettes Print 2018

en mio. CHF

● 2017 ● 2018



Source: statistique des annonces REMF SA Recherches et études des médias publicitaires

gâteau publicitaire. Les groupes de médias Internet et TV ont en revanche conquis les première et deuxième places, avec respectivement 34 pour cent et 29 pour cent. À l'instar de l'année précédente, la publicité extérieure s'octroie 9 pour cent du gâteau publicitaire. La part de la radio a diminué d'un pour cent par rapport à l'année précédente, s'établissant désormais à 3 pour cent des dépenses publicitaires, tandis que le cinéma représente toujours la part la moins élevée, un pour cent en l'occurrence.

Alors que la statistique de Media Focus ne mesure que l'impression publicitaire brute, la statistique des annonces de REMP Recherches et études des médias publicitaires s'appuie sur les recettes publicitaires nettes déclarées par les groupes de presse. La statistique des annonces reproduit par conséquent plus fidèlement l'évolution du marché publicitaire des journaux et des magazines. Globalement, la presse imprimée a vu son chiffre d'affaires reculer de plus de 12 pour cent entre 2017 et 2018, ce qui signifie une accélération de la baisse du chiffre d'affaires de la publicité dans les médias imprimés et ce, alors que l'économie a connu une évolution particulièrement favorable. Tous les secteurs de la presse ont subi une baisse des recettes d'annonces. La baisse a été particulièrement forte dans la presse quotidienne II/III avec un tirage inférieur à 50 000 exemplaires et des recettes publicitaires en baisse de 17 pour cent. Le recul est également significatif pour la presse dominicale (15 pour cent) et la presse quotidienne I avec un tirage supérieur à 50 000 exemplaires (plus de 13 pour cent). La presse économique a en revanche enregistré une perte relativement plus modeste avec une baisse du chiffre d'affaires de 4 pour cent. Alors que le marché de l'emploi pour les annonces imprimées a connu une évolution clairement négative de -18 pour cent selon la statistique des annonces de REMP, le recrutement de personnel durant le trimestre hivernal a progressé de 8 pour cent en comparaison annuelle selon l'indice Adecco Swiss Job Market. La tendance au remplacement des offres d'emploi imprimées par des annonces électroniques sur les portails d'emploi en ligne s'inscrit donc dans la durée.

Les experts du SECO tablent sur une normalisation de l'économie mondiale dès 2019, après deux années de forte croissance en 2017 et 2018. Il en résultera un aplanissement de la demande étrangère de produits suisses et donc un ralentissement de la croissance économique. Pour l'année en cours, Tamedia prévoit un nouveau recul du chiffre d'affaires de la publicité dans les médias imprimés. Nous prévoyons en revanche une augmentation des recettes dans le domaine de la publicité extérieure numérique ainsi que des recettes stables dans le domaine de la commercialisation publicitaire à la télévision et à la radio.

BZ BERNER ZEITUNG  
BZ LANGENTHALER TAGBLATT  
THUNER TAGBLATT  
BERNER OBERLÄNDER

Tages-Anzeiger

Der Bund

24 heures

Tribune  
de Genève

Basler Zeitung

SonntagsZeitung

Le Matin  
Dimanche  
Télétop  
F  
encore!

Schweizer  
Familie

### Médias payants

Début 2018, les journaux quotidiens et dominicaux de Tamedia, qui sont regroupés avec les imprimeries de journaux dans le domaine d'entreprise Médias payants, ont créé deux rédactions nationales – une pour la Suisse romande et une pour la Suisse alémanique – qui assurent la couverture des thématiques nationales et internationales ainsi que les reportages sportifs suprarégionaux. Les feedback des lecteurs par rapport au nouveau concept de journal ont été majoritairement positifs. Les différentes marques profitent en effet de l'expertise de la rédaction centrale en matière de thématiques nationales et internationales et de reportages sportifs suprarégionaux, tout en conservant un profil différent grâce à des reportages indépendants à l'échelon local et régional. Au plan politique, les différents quotidiens adoptent en outre un positionnement indépendant, car les différentes marques conservent leur souveraineté en matière de commentaires. Les systèmes de production, la mise en page et le processus de production des différents quotidiens ont été uniformisés pour assurer un échange de contenus irréprochable entre la rédaction centrale et les rédactions des marques.

Le réseau de journaux de Tamedia a été élargi à l'automne 2018 grâce à la reprise de la Basler Zeitung. Le portefeuille de journaux de Tamedia couvre ainsi les régions économiquement les plus fortes de Suisse, l'Arc lémanique ainsi que les agglomérations de Bâle, Berne et Zurich.

De concert avec les équipes du Der Spiegel et de la Norddeutsche Rundfunk, la Cellule enquête de Tamedia et

une équipe de Das Magazin ont travaillé sur les «Football Leaks». Ce reportage, qui se focalisait sur les pratiques commerciales parfois contestables dans le milieu du football, a été publié début novembre 2018. Les «Implant Files» ont en outre été publiés en collaboration avec le consortium international des journalistes d'investigation (ICIJ). Avec le concours de 36 partenaires médias, les journaux quotidiens et dominicaux de Tamedia se sont intéressés aux dispositifs médicaux défectueux, comme les prothèses de disques intervertébraux qui se décomposent dans le corps des patients. Les reportages de nos médias ont reçu de nombreux prix l'an dernier. La SonntagsZeitung, le Tages-Anzeiger, Newsnet et 12-App ont été récompensés à quatorze reprises par l'European Newspaper Award, le plus grand concours de médias européens. Le Tages-Anzeiger a reçu le prix Henri-Nannen 2018 dans la catégorie projet Internet pour le longform de l'«Expédition dans des profondeurs glaciales». Le reportage «La découverte de la rapidité» paru dans Magazin et consacré au coureur Usain Bolt a en outre reçu le prix Hansel-Mieth.

Nos médias payants ont également évolué au plan technologique dans le but d'offrir aux abonnés une expérience adaptée aux besoins actuels de la consommation de médias. Les Newsapps de 24 heures, de la Basler Zeitung, de la BZ Berner Zeitung, de Der Landbote, du Tages-Anzeiger, de la Tribune de Genève, du Zürcher Unterländer et du Zürichsee-Zeitung ont ainsi été actualisées et enrichies de














fonctions supplémentaires, telles que les vues «Les plus lus» et «Newsticker». Dans le cadre des votations fédérales du 25 novembre, le robot Tobi a pour la première fois généré un article personnalisé pour chaque commune suisse. En quelques secondes, Tobi a transformé la totalité du volume de données de la votation en 40 000 articles, de sorte que chaque lecteur a pu consulter le résultat personnalisé de la votation dans sa propre commune. Nous pensons que le journalisme de qualité mérite aussi une contrepartie matérielle. L'an dernier, nous avons réussi à accroître le nombre de lecteurs payants sur nos sites et applications de news à plus de 83 000. Afin de soutenir le développement des abonnements numériques, nous avons décidé de simplifier considérablement le processus de paiement. Le Tages-Anzeiger est ainsi la première marque de Tamedia à avoir introduit un nouveau processus de paiement qui se règle en deux clics. Afin d'accélérer ces évolutions positives, nous avons mis en place trois équipes début 2019: l'équipe Digital Product gère la préparation numérique, la représentation et la diffusion des contenus rédactionnels, alors que l'équipe Digital Revenue cherche à gagner de nouveaux abonnés et se charge de la définition de l'offre et de la fixation des prix. Pour finir, l'équipe Technology est responsable du développement technologique des médias payants numériques.

2018 a également été une année de jubilés: conjointement avec «Gross-Zürich», le Tages-Anzeiger a célébré son 125<sup>e</sup> anniversaire. Dans ce contexte, une série d'articles

mettant en lumière la vie et les changements dans la ville de Zurich a été publiée tout au long de l'année. Depuis 90 ans, Finanz und Wirtschaft, qui a paru pour la première fois sous le nom de «Börsenberichte und finanzielle Nachrichten», améliore la compréhension et l'interprétation des questions financières. Un volume spécial a permis d'éclairer l'histoire de cette publication et de certains de ses fidèles lecteurs. Finanz und Wirtschaft a en outre lancé l'appli «FuW jetzt», qui propose des reportages, des analyses, des opinions, des nouvelles de dernière minute et des commentaires de la plus grande rédaction économique de Suisse. Le magazine féminin Annabelle a pour sa part fêté ses 80 ans en présentant une femme suisse accomplissant des choses exceptionnelles dans chaque édition de l'année 2018.

Le magazine Schweizer Familie, qui connaît un vif succès depuis des années a remanié sa présentation au printemps et utilise depuis de nouveaux éléments de texte, couleurs et polices de caractères qui apportent un surcroît de fraîcheur et rendent la lecture encore plus agréable. Le concept rédactionnel, le mix de thèmes et la structure ont été conservés et enrichis de nouveaux éléments. Le quotidien romand Le Matin Dimanche a également modernisé et enrichi sa mise en page au printemps. Les marques remaniées de type magazine se sont focalisées sur des thématiques diverses ainsi que sur de nouvelles formes de présentation journalistique.

Durant l'année sous revue, les trois centres d'impression de journaux de Tamedia, soit le Centre d'Impression Lausanne, le Druckzentrum Bern et le Druckzentrum Zürich, ont pu mettre en œuvre avec succès l'intégration de tous les ordres d'impression de journaux de Ringier et l'impression des quotidiens de LZ Medien, qui étaient précédemment imprimés à Adligenswil. Les centres d'impression de journaux ont été confrontés à une augmentation des coûts dans le domaine de l'achat de papier, de plaques d'impression et d'encre.

En 2018, les revenus du secteur Médias payants à l'égard de tiers a baissé de 5.6 pour cent, à 553.2 millions de francs (exercice précédent: 586.0 millions de francs). Cette diminution du chiffre d'affaires s'explique par l'important recul du marché de la publicité dans les médias imprimés. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a baissé de ce fait de 42.7 pour cent, à 47.4 millions de francs (exercice précédent: 82.6 millions de francs), ce qui s'est également répercuté sur la marge EBITDA, qui s'élève désormais à 8,3 pour cent (exercice précédent: 13.7 pour cent). La baisse de l'EBITDA s'explique par la correction de valeur de 3.6 millions de francs suite à la faillite de l'agence de publicité Publicitas, les coûts de la fermeture du *Matin-Print* 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.

## Total Audience

| Combinaisons de médias                                                    | Audience totale <sup>1</sup><br>2018-2 | Audience totale <sup>1</sup><br>2017-2 | Audience totale<br>2016-2 | Changement<br>2018-2 / 2017-2 |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| 20 Minuten D-CH GES/20min.ch D-CH                                         | 3 119 000                              | 3 032 000                              | 3 093 000                 | 2,9%                          |
| 20 Minuten Friday/friday-magazine.ch                                      | 1 125 000                              | 1 105 000                              | 1 013 000                 | 1,8%                          |
| 20 Minuten National éd. totale/<br>20 Minuten Online & Tio.ch             | 4 183 000                              | 4 098 000                              | 4 178 000                 | 2,1%                          |
| 20 Minutes F-CH éd. totale/20min.ch W-CH                                  | 1 079 000                              | 1 081 000                              | 1 119 000                 | -0,2%                         |
| 20 Minuti I-CH/tio.ch                                                     | 265 000                                | 262 000                                | 283 000                   | 1,1%                          |
| 24 Heures éd. totale/24heures.ch                                          | 560 000                                | 597 000                                | 553 000                   | -6,2%                         |
| 24 Heures, Tribune de Genève,<br>Newsnet W-CH <sup>2</sup>                | 1 019 000                              | 1 105 000                              | 1 143 000                 | -7,8%                         |
| Annabelle/annabelle.ch                                                    | 401 000                                | 382 000                                | 395 000                   | 5,0%                          |
| Annabelle, Fémina/PoolFéminin                                             | 748 000                                | 717 000                                | 717 000                   | 4,3%                          |
| BZ/Bund GES/Newsnet Bern                                                  | 973 000                                | 886 000                                | 846 000                   | 9,8%                          |
| BZ/Bund GES/bernerzeitung.ch                                              | 783 000                                | 740 000                                | 693 000                   | 5,8%                          |
| BZ/Bund GES/derbund.ch                                                    | 663 000                                | 606 000                                | 582 000                   | 9,4%                          |
| Bilan/bilan.ch                                                            | 175 000                                | 172 000                                | 175 000                   | 1,7%                          |
| Femina/femina.ch                                                          | 350 000                                | 337 000                                | 324 000                   | 3,9%                          |
| Finanz und Wirtschaft/fuw.ch                                              | 208 000                                | 204 000                                | 196 000                   | 2,0%                          |
| Metropool, 24 Heures, Tribune de Genève,<br>Newsnet National <sup>2</sup> | 3 241 000                              | 3 213 000                              | 3 186 000                 | 0,9%                          |
| Metropool/Newsnet D-CH                                                    | 2 231 000                              | 2 229 000                              | 2 187 000                 | 0,1%                          |
| Tages-Anzeiger/tagesanzeiger.ch                                           | 1 551 000                              | 1 627 000                              | 1 554 000                 | -4,7%                         |
| Tribune de Genève/tdg.ch                                                  | 570 000                                | 538 000                                | 506 000                   | 5,9%                          |

Source REMP SA, Audience totale 2018-2 und 2017-2, CH; Lecteurs et Unique User par mois; Valeurs arrondies au millier entier

<sup>1</sup> L'étude Audience totale 2016-2 s'appuie méthodiquement sur les études de couverture MACH Basic 2016-2 (enquête : avril 2015-mars 2016) et NET-Metrix-Profile 2016-1 (enquête : octobre 2015-décembre 2015). L'étude Audience totale 2017-2 est méthodologiquement basée sur les études de couverture MACH Basic 2017-2 (enquête : avril 2016-mars 2017) et NET-Metrix Profile 2017-1 (enquête : octobre 2016-décembre 2016). L'étude Audience totale 2018-2 est méthodologiquement basée sur les études de couverture MACH Basic 2018-2 (enquête : avril 2016-mars 2018) et NET-Metrix Profile 2018-1 (enquête : octobre 2017-décembre 2017). En raison de la nouvelle inclusion de deux années d'enquête de MACH-Basic 2018-2, une comparaison avec les études précédentes n'est possible que dans une mesure limitée : REMP SA déconseille une comparaison 2018-2 avec MACH Basic 2017-2, car l'échantillon de MACH Basic 2017-2 est entièrement inclus dans celui de 2018-2 et les différences dans les résultats sont donc sous-estimées. Toutefois, des comparaisons avec des études plus anciennes - comme par exemple MACH Basic 2016-2, 2015-2, 2014-2 et 2013-2 - sont fondamentalement possibles, car elles sont basées sur des échantillons aléatoires qui ne se chevauchent pas dans le temps

<sup>2</sup> A partir de 2018-2 sans Le Matin semaine (Print)



## Lectorat

| Titre                                                                         | MACH Basic <sup>1</sup><br>2018-2 | MACH Basic <sup>1</sup><br>2017-2 | MACH Basic <sup>1</sup><br>2016-2 | Changement<br>2018-2 / 2017-2 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| 20 Minuten D-CH GES                                                           | 1 332 000                         | 1 358 000                         | 1 369 000                         | -1,9%                         |
| 20 Minuten Friday                                                             | 418 000                           | 428 000                           | 425 000                           | -2,3%                         |
| 20 Minutes F-CH éd. totale                                                    | 500 000                           | 486 000                           | 502 000                           | 2,9%                          |
| 20 Minuti I-CH                                                                | 92 000                            | 88 000                            | 88 000                            | 4,5%                          |
| 24 Heures éd. totale                                                          | 164 000                           | 176 000                           | 168 000                           | -6,8%                         |
| Annabelle                                                                     | 227 000                           | 243 000                           | 241 000                           | -6,6%                         |
| Bilan                                                                         | 46 000                            | 47 000                            | 59 000                            | -2,1%                         |
| Édition totale BZ Berner Zeitung/<br>Bund (BZ Berner Zeitung, Der Bund incl.) | 324 000                           | 323 000                           | 339 000                           | 0,3%                          |
| Das Magazin                                                                   | 531 000                           | 538 000                           | 597 000                           | -1,3%                         |
| Der Landbote                                                                  | 51 000                            | 48 000                            | 54 000                            | 6,3%                          |
| Femina                                                                        | 229 000                           | 233 000                           | 251 000                           | -1,7%                         |
| Finanz und Wirtschaft                                                         | 87 000                            | 91 000                            | 89 000                            | -4,4%                         |
| GuideTV                                                                       | 200 000                           | 209 000                           | 208 000                           | -4,3%                         |
| Le Matin dimanche                                                             | 384 000                           | 395 000                           | 418 000                           | -2,8%                         |
| L'essentiel (Luxembourg)                                                      | 128 000 <sup>2</sup>              | 130 000                           | 141 000                           | -1,5%                         |
| Metropool (Replica incl.)                                                     | 805 000                           | 838 000                           | 900 000                           | -3,9%                         |
| Metropool Weekend (Replica incl.)                                             | 1 011 000                         | 1 054 000                         | 1 130 000                         | -4,1%                         |
| Metropool et ZRZ GES N (Replica incl.)                                        | 974 000                           | 1 002 000                         | 1 072 000                         | -2,8%                         |
| Metropool et ZRZ GES N Weekend<br>(Replica incl.)                             | 1 200 000                         | 1 236 000                         | 1 313 000                         | -2,9%                         |
| Metropool und laRegion (Replica incl.)                                        | 892 000                           | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metropool et laRegion Weekend<br>(Replica incl.)                              | 1 123 000                         | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metropool et Top Deux (Replica incl.)                                         | 1 073 000                         | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metropool et Top Deux Weekend<br>(Replica incl.)                              | 1 365 000                         | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metropool TOTAL (Replica incl.)                                               | 1 330 000                         | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metropool TOTAL Weekend (Replica incl.)                                       | 1 666 000                         | (-)                               | (-)                               | (-)                           |
| Metroxpress / B.T. (Danemark)                                                 | 319 000 <sup>3</sup>              | 459 000                           | 509 000                           | -30,5%                        |
| Schweizer Familie                                                             | 577 000                           | 594 000                           | 646 000                           | -2,9%                         |
| SonntagsZeitung                                                               | 549 000                           | 581 000                           | 624 000                           | -5,5%                         |
| Tagblatt der Stadt Zürich                                                     | 112 000                           | 126 000                           | 106 000                           | -11,1%                        |
| Tages-Anzeiger                                                                | 388 000                           | 417 000                           | 460 000                           | -7,0%                         |
| Télétop Matin                                                                 | 234 000                           | 258 000                           | 274 000                           | -9,3%                         |
| Tribune de Genève                                                             | 105 000                           | 107 000                           | 107 000                           | -1,9%                         |
| TV täglich                                                                    | 476 000                           | 508 000                           | 525 000                           | -6,3%                         |
| Zürcher Unterländer                                                           | 40 000                            | 43 000                            | 46 000                            | -7,0%                         |
| Zürichsee-Zeitung                                                             | 71 000                            | 63 000                            | 67 000                            | 12,7%                         |

Source: REMP SA, MACH Basic 2018-2 et 2017-2, CH; Valeurs arrondies au millier entier

<sup>1</sup> Période d'enquête MACH Basic 2017-2 : avril 2016 à mars 2017. En raison de la nouvelle inclusion de deux années d'enquête de MACH Basic 2018-2, une comparaison avec des études plus anciennes est possible dans une moindre mesure : REMP SA déconseille une comparaison 2018-2 avec MACH Basic 2017-2 puisque l'échantillon MACH Basic 2017-2 est entièrement inclus dans celui 2018-2 et donc sous-évalué dans les différences de résultat. Toutefois, des comparaisons avec des études plus anciennes - comme par exemple MACH Basic 2016-2, 2015-2, 2014-2 et 2013-2 - sont fondamentalement possibles, car elles sont basées sur des échantillons aléatoires qui ne se chevauchent pas dans le temps.

<sup>2</sup> Source: TNS ILRES, 2016.II, 2017.II et 2018.II <https://www.tns-ilres.com/news/tns-ilres/>

<sup>3</sup> Source: TNS Gallup, 2+3 trimestre 2016, 2+3 trimestre 2017 et 2+3 trimestre 2018 <http://kantargallup.dk/da/node/3061>



**GOLDBACH**



neo advertising

### Médias pendulaires et Commercialisation

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 la société de commercialisation Goldbach Group, en plus du groupe de médias 20 Minuten ainsi que des participations dans BT et Metroxpress au Danemark, L'essentiel au Luxembourg et Heute ainsi que heute.at en Autriche.

Tamedia renforce sa position sur le marché publicitaire suisse grâce au rachat de la société de commercialisation publicitaire Goldbach Group. Parallèlement, Tamedia s'efforce de développer son activité à l'étranger, notamment dans les pays voisins que sont l'Allemagne et l'Autriche. Depuis septembre 2018, des collaborateurs de Tamedia et de Goldbach élaborent le futur modèle de collaboration dans le cadre d'équipes mixtes. Les organisations de vente de Goldbach et Tamedia continuent certes de prospecter le marché séparément, mais les deux équipes de vente agiront ensemble sur demande des clients ou lorsque la stratégie le commande. Il en va autrement dans le domaine de la commercialisation numérique. Dès le printemps 2019, Digital Advertising & Services de Tamedia et Goldbach Digital Services fusionneront dans une nouvelle organisation centrale intitulée «Digital Advertising Services». Conjointement avec Neo Advertising, le prestataire de publicité Out-of-Home, dans lequel nous détenons une participation majoritaire, Tamedia est désormais en mesure de proposer à ses clients des offres à fort taux de pénétration sur tous les canaux publicitaires.

Au printemps 2018, Tamedia a regroupé le volet médias sociaux de ses marques de médias dans la nouvelle offre «tSocial». L'offre propose aux clients plusieurs formules publicitaires et publications de contenus sur les canaux sociaux du groupe de médias Tamedia. «tSocial» a connu un lancement extrêmement réussi. Une nouvelle collaboration a par ailleurs pu être engagée avec l'agence de publicité Mediabox à l'automne. Les comptes de médias sociaux ainsi regroupés constituent l'un des réseaux publicitaires au plus fort taux de pénétration en Suisse.

Le groupe de médias 20 Minuten a enregistré un certain nombre de succès l'année dernière. Ainsi, 20 Minuten a été désigné média individuel le plus influent de Suisse dans l'étude «Monitoring des médias Suisse» réalisée pour la première fois par l'Office fédéral de la communication. Selon cette étude, les jeunes lecteurs consulteraient notamment 20 Minuten, 20 minutes ou 20 minuti en tant que plateforme d'information neutre pour se forger une opinion. Cette confiance dans le groupe de médias 20 Minuten a été récompensée par un nombre croissant d'utilisateurs. Par rapport à l'année précédente, nous avons atteint plus de 1.5 million d'utilisateurs sur une base quotidienne, ce qui représente une hausse de 15 pour cent par rapport à l'année précédente.

Durant l'année sous revue, les médias pendulaires se sont focalisés sur le développement des produits et les nouvelles formes de narration. Les collaborateurs du groupe de médias

20 Minuten ont également réfléchi aux besoins des jeunes et ont notamment lancé le Youth Lab. Les jeunes âgés de 14 à 16 ans ont pu échanger avec l'ensemble des services de 20 Minuten sur différents thèmes – idées de produits, pertinence des thèmes, traitement des nouvelles, médias sociaux, etc. – dans le cadre de 12 ateliers. Parallèlement, ils ont eu la possibilité de découvrir le quotidien d'une rédaction et d'endosser eux-mêmes le rôle de reporter ou de journaliste. Le Youth Lab s'est achevé avec succès en décembre 2018 et sera réitéré cette année, vu le feed-back positif. Un format journalistique innovant a été présenté afin de mieux répondre au comportement des jeunes utilisateurs. Les articles ne sont plus présentés de façon linéaire mais sous forme de «storycards», parmi lesquelles les utilisateurs naviguent facilement tout en décidant quels éléments d'une histoire (éventuellement juste un résumé de l'article, certaines photos ou vidéos) ils vont consommer. Le canal jeunesse 20 Minuten Tillate a par ailleurs été entièrement intégré dans 20minuten.ch fin 2018, dans le but d'enrichir les contenus et les thèmes pour un groupe cible jeune.

Depuis l'été dernier, Le Matin paraît exclusivement sous la forme d'une offre en ligne qui n'a cessé d'être enrichie. Des formats innovants et efficaces ont été lancés, les vidéos et les graphiques ayant rencontré un vif succès. Par la suite, Le Matin a accru le nombre de ses lecteurs d'environ 20 pour cent

en six mois. L'édition imprimée déficitaire de la marque, qui enregistrait des pertes depuis 20 ans, a cessé de paraître fin juillet 2018.

Le magazine 20 Minuten Friday a fêté son dixième anniversaire pendant l'année sous revue et a renouvelé ses contenus – avec des reportages plus nombreux également dans les domaines de la société, de la carrière et de la santé – mais aussi son rythme et son lieu de parution. Depuis février 2018, le magazine est ainsi proposé sous forme de mensuel dans les caissettes de journaux, en Suisse alémanique et désormais aussi en Suisse romande.

En 2018, les revenus à l'égard de tiers du secteur Médias pendulaires et Commercialisation a augmenté de 33.8 pour cent, à 205.0 millions de francs (exercice précédent: 153.2 millions de francs). L'augmentation du chiffre d'affaires est notamment liée à la consolidation initiale de la société de commercialisation Goldbach Group et de l'entreprise de publicité extérieure Neo Advertising. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a de ce fait progressé de 22.4 pour cent pour atteindre 62.0 millions de francs (exercice précédent: 50.7 millions de francs). La marge EBITDA est ressortie à 30.0 pour cent (exercice précédent: 32.8 pour cent).

## Tirages

| Publication                                   | Tirage <sup>1</sup><br>2018 | Tirage <sup>1</sup><br>2017 | Changement<br>2018 / 2017 |
|-----------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| 20 Minuten GES                                | 436 344                     | 451 176                     | -3,3%                     |
| 20 Minuten Friday                             | 158 287                     | 132 532                     | 19,4%                     |
| 20 minutes GES                                | 172 154                     | 174 248                     | -1,2%                     |
| 20 minuti                                     | 32 158                      | 32 173                      | -0,0%                     |
| 24Heures GES                                  | 50 445                      | 55 147                      | -8,5%                     |
| Annabelle                                     | 39 659                      | 42 526                      | -6,7%                     |
| BO Berner Oberländer                          | 14 794                      | 15 444                      | -4,2%                     |
| Bilan                                         | 12 848                      | 9 283                       | 38,4%                     |
| Der Bund                                      | 37 800                      | 38 923                      | -2,9%                     |
| BZ Berner Zeitung Ausgabe Stadt & Region Bern | 38 358                      | 39 367                      | -2,6%                     |
| BZ Berner Zeitung GES <sup>2</sup>            | 128 251                     | 133 424                     | -3,9%                     |
| BZ Emmental                                   | 11 488                      | 12 578                      | -8,7%                     |
| BZ Langenthaler Tagblatt                      | 9 207                       | 9 702                       | -5,1%                     |
| Das Magazin                                   | 293 456                     | 300 323                     | -2,3%                     |
| Der Landbote                                  | 24 944                      | 25 586                      | -2,5%                     |
| Femina                                        | 91 228                      | 99 959                      | -8,7%                     |
| Finanz und Wirtschaft                         | 22 701                      | 24 955                      | -9,0%                     |
| Furttaler                                     | 16 145                      | 16 135                      | 0,1%                      |
| GuideTV                                       | 115 361                     | 129 196                     | -10,7%                    |
| Le Matin dimanche                             | 89 827                      | 100 059                     | -10,2%                    |
| L'essentiel (Luxembourg) <sup>3</sup>         | 96 892                      | 101 992                     | -5,0%                     |
| Rümlanger                                     | 3 765                       | 3 854                       | -2,3%                     |
| Schweizer Familie                             | 140 736                     | 148 279                     | -5,1%                     |
| SonntagsZeitung                               | 152 566                     | 158 924                     | -4,0%                     |
| Tagblatt der Stadt Zürich                     | 123 886                     | 126 594                     | -2,1%                     |
| Tages-Anzeiger                                | 140 800                     | 148 705                     | -5,3%                     |
| Tribune de Genève                             | 33 566                      | 36 100                      | -7,0%                     |
| TT Thuner Tagblatt                            | 16 604                      | 17 410                      | -4,6%                     |
| Zürcher Unterländer                           | 15 793                      | 16 462                      | -4,1%                     |
| Zürichsee-Zeitung                             | 26 743                      | 27 805                      | -3,8%                     |

Quelle: REMP SA, Circulation 2018 et 2017

<sup>1</sup> Tirage distribué total. La période de l'enquête débute le 1er juillet et prend fin le 30 juin de l'année suivante.

<sup>2</sup> Édition totale BZ Berner Zeitung (Der Bund incl.)

<sup>3</sup> <https://www.cim.be/fr/presse/brand-reports>

## Nombre d'utilisateurs

| Sites web                         | NET-Metrix-Profile <sup>1</sup><br>2018-2 | NET-Metrix-Profile <sup>1</sup><br>2017-2 | Changement<br>2018-2 / 2017-2 |
|-----------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------|
| 20 Minuten Friday                 | 929 000                                   | 827 000                                   | 12,3%                         |
| 20 minutes Friday                 | 275 000                                   | 248 000                                   | 10,9%                         |
| 20 Minuten Online & Tio.ch Kombi  | 3 512 000                                 | 3 284 000                                 | 6,9%                          |
| 20min.ch D-CH                     | 2 751 000                                 | 2 478 000                                 | 11,0%                         |
| 20min.ch W-CH                     | 906 000                                   | 902 000                                   | 0,4%                          |
| tio.ch                            | 268 000                                   | 218 000                                   | 22,9%                         |
| 20 Minuten Tilllate               | 1 173 000                                 | 1 113 000                                 | 5,4%                          |
| Bilan                             | 154 000                                   | 123 000                                   | 25,2%                         |
| doodle.com                        | 1 146 000                                 | 1 028 000                                 | 11,5%                         |
| fuw.ch                            | 151 000                                   | 140 000                                   | 7,9%                          |
| heute.at <sup>2</sup>             | 1 754 000                                 | 1 577 000                                 | 11,2%                         |
| lessentiel.lu <sup>3</sup>        | 94 800                                    | 98 200                                    | -3,5%                         |
| Der Landbote                      | 103 000                                   | 90 000                                    | 14,4%                         |
| Newsnet Berne                     | 720 000                                   | 708 000                                   | 1,7%                          |
| bernerzeitung.ch                  | 562 000                                   | 529 000                                   | 6,2%                          |
| derbund.ch                        | 387 000                                   | 393 000                                   | -1,5%                         |
| Newsnet DCH                       | 1 738 000                                 | 1 751 000                                 | -0,7%                         |
| Newsnet National                  | 2 658 000                                 | 2 554 000                                 | 4,1%                          |
| Newsnet SR                        | 973 000                                   | 955 000                                   | 1,9%                          |
| 24heures.ch                       | 509 000                                   | 518 000                                   | -1,7%                         |
| LeMatin.ch                        | 694 000                                   | 566 000                                   | 22,6%                         |
| tdg.ch                            | 540 000                                   | 585 000                                   | -7,7%                         |
| PoolFéminin                       | 365 000                                   | 285 000                                   | 28,1%                         |
| annabelle.ch                      | 199 000                                   | 161 000                                   | 23,6%                         |
| femina.ch                         | 173 000                                   | 128 000                                   | 35,2%                         |
| schweizerfamilie.ch               | 376 000                                   | 61 000                                    | 516,4%                        |
| tagesanzeiger.ch                  | 1 379 000                                 | 1 382 000                                 | -0,2%                         |
| Tamedia Network - audience totale | 4 371 000                                 | 4 486 000                                 | -2,6%                         |
| Tamedia Publications romandes     | 1 024 000                                 | 991 000                                   | 3,3%                          |
| Tamedia Zürcher Regionalzeitungen | 226 000                                   | 180 000                                   | 25,6%                         |
| zsz.ch                            | 95 000                                    | 69 000                                    | 37,7%                         |
| zuonline.ch                       | 54 000                                    | 46 000                                    | 17,4%                         |

Source: NET-Metrix AG, NET-Metrix-Profile 2018-2 und 2017-2, CH; Unique User (individus) par mois; Valeurs arrondies au millier entier

<sup>1</sup> La période de l'enquête débute le 1er avril et prend fin le 30 juin de l'année de publication concernée.

<sup>2</sup> Source: Österreichische Webanalyse (ÖWA) 2017-I et 2018-I <http://www.oewa.at/plus/medienanalyse>

<sup>3</sup> Source: TNS ILRES, 2016.II, 2017.II et 2018.II <https://www.tns-ilres.com/news/tns-ilres/>

JobCLOUD AG

 homegate.ch ricardo.ch  
autoricardo.ch tutti.ch

TREND SALES

### Places de marché et Participations

Le secteur Places de marché et Participations a terminé l'exercice sous revue sur un bon résultat, qui franchit pour la première fois la barre des 100 millions de francs suisses au niveau de l'EBITDA. Cette évolution positive est principalement due à la plateforme immobilière [homegate.ch](https://homegate.ch) et aux portails d'offres d'emploi de [JobCloud AG](https://jobcloud.ag). Notre portefeuille de participations s'est enrichi d'investissements dans le domaine des Fintech durant l'exercice sous revue.

La plateforme immobilière [homegate.ch](https://homegate.ch) a atteint les objectifs de rendement définis pour l'exercice sous revue. Grâce à la nouvelle offre ClubOne, une offre forfaitaire pour le recensement des immeubles, le nombre d'immeubles inscrits sur la plateforme a nettement augmenté par rapport à l'année précédente. En collaboration avec le Swiss Real Estate Institute de HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, [homegate.ch](https://homegate.ch) établit depuis 2017 l'«Online Home Market Analysis» à partir des données de toutes les grandes plateformes immobilières suisses. L'analyse des données a permis de constater que les maisons individuelles étaient par exemple plus appréciées que les appartements en copropriété, mais que ces derniers ont de nouveau gagné en popularité. Une campagne publicitaire très remarquée, fondée sur le slogan «Trouve ta place» et focalisée sur les différents besoins en matière d'immeubles d'habitation, a été lancée dans toute la Suisse durant l'exercice sous revue.

Les portails d'offres d'emploi en ligne sont actuellement le principal canal pour la recherche d'un emploi et leur

importance ne cesse d'augmenter. C'est ce qu'a révélé une étude de [JobCloud](https://jobcloud.ag) réalisée en partenariat avec le LINK Institut. [jobs.ch](https://jobs.ch) en Suisse alémanique et [jobup.ch](https://jobup.ch) en Suisse romande ont notamment profité de cette tendance et constituent ensemble les portails les plus populaires pour la recherche d'emploi en Suisse. Globalement, [JobCloud](https://jobcloud.ag) a profité d'un marché du travail solide au cours de l'exercice sous revue, qui s'est traduit par une nouvelle croissance en termes de chiffre d'affaires et de résultat.

Durant l'exercice sous revue, [ricardo.ch](https://ricardo.ch) a progressivement introduit sur la plateforme des fonctions nouvelles et simplifiées fondées sur une base technique profondément remaniée. Le processus de vente a parallèlement été simplifié. Plus aucun frais de publication n'est perçu pour la marchandise proposée; des frais ne sont prélevés que si la vente aboutit. Ces mesures se sont également répercutées sur l'EBITDA de [ricardo.ch](https://ricardo.ch), qui a nettement augmenté par rapport à l'année précédente. La vente de produits de luxe d'occasion – notamment de montres et de sacs à main de marque – a également fortement augmenté (jusqu'à 20 pour cent) sur la place de marché la plus populaire de Suisse.

Le partenariat dans le domaine des véhicules d'occasion et d'autres prestations dans le domaine de la mobilité a débuté au début de l'exercice sous revue, dans le cadre d'une coentreprise avec l'assureur AXA. L'équipe d'[autoricardo.ch](https://autoricardo.ch) a été fortement développée à cet effet, dans le but de lancer une nouvelle plateforme de mobilité. La version bêta publique





de [carforyou.ch](#), qui est née de cette collaboration, a été mise en ligne fin janvier 2019. Nous avons en outre investi dans la start-up [gowago.ch](#). Il s'agit d'une place de marché pour le leasing automobile, qui permet une décision d'achat en ligne facile. Grâce à la participation dans cette start-up, Tamedia profite de son expérience et l'échange de connaissances lui permet de développer ses propres prestations.

Pour la première fois, [doodle.com](#) a atteint les 30 millions d'utilisateurs en novembre. Le nombre d'utilisateurs a particulièrement augmenté aux États-Unis. Le groupe se demande dès lors si la croissance à venir de cette plateforme de prise de rendez-vous créée en Suisse pourrait être accélérée avec un partenaire international. Durant l'exercice sous revue, [doodle.com](#) a lancé d'autres fonctions, comme «1:1». «1:1» simplifie considérablement la coordination des rendez-vous pour une réunion à deux, en automatisant certaines étapes.

La start-up dans le domaine des Fintech [lykke.com](#) est une place de marché mondiale basée sur la blockchain pour la gestion simple et le négoce de cryptomonnaies et d'autres actifs numérisés. [lykke.com](#) recense plus de 90 000 comptes enregistrés. À ce jour, un volume global de négoce de plus de 1.5 milliard de dollars US a été transféré par le biais de la plateforme. Le deuxième investissement dans les Fintech est [monito.com](#). Ce portail de comparaison des transferts d'argent aide ses utilisateurs à trouver le prestataire le plus avantageux pour des transactions monétaires internationales. Ces deux investissements ont pour but d'accroître le

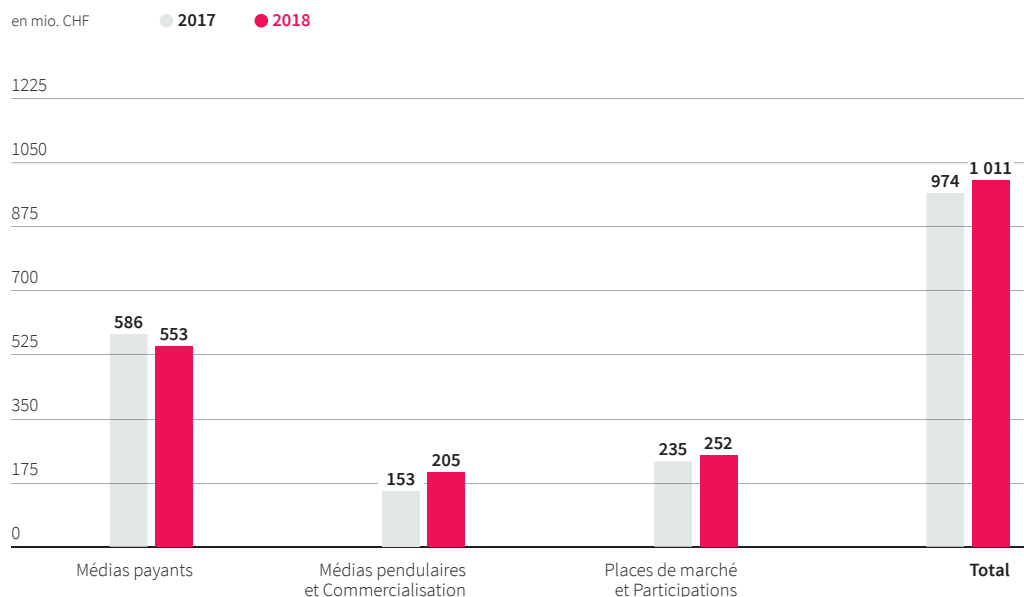
savoir-faire de Tamedia dans le domaine des Fintech, tandis que les deux plateformes [lykke.com](#) et [monito.com](#) profitent pour leur part de l'expertise de Tamedia dans le domaine du marketing, du développement de produits et du savoir-faire dans les opérations Business-to-Consumer.

Le marché suisse du placement de personnel de nettoyage a connu quelques bouleversements. [Helpling](#) a repris l'activité suisse de [Book a Tiger](#) et lancé sa propre place de marché en Suisse, sous la forme d'une coentreprise avec Tamedia. [Helpling](#) place du personnel de nettoyage assuré, qu'il est possible de sélectionner au moyen d'une application ou d'un site Internet.

En 2018, les revenus à l'égard de tiers du secteur Places de marché et Participations a augmenté de 7.4 pour cent, à 252.5 millions de francs (exercice précédent: 235.0 millions de francs). La croissance organique des plateformes de [JobCloud AG](#), [homegate.ch](#), [olmero.ch](#) et [doodle.com](#) a notamment contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a fortement augmenté de 14.0 pour cent pour atteindre 104.7 millions de francs (exercice précédent: 91.8 millions de francs). La marge EBITDA est ressortie à 41.4 pour cent (exercice précédent: 39.0 pour cent).

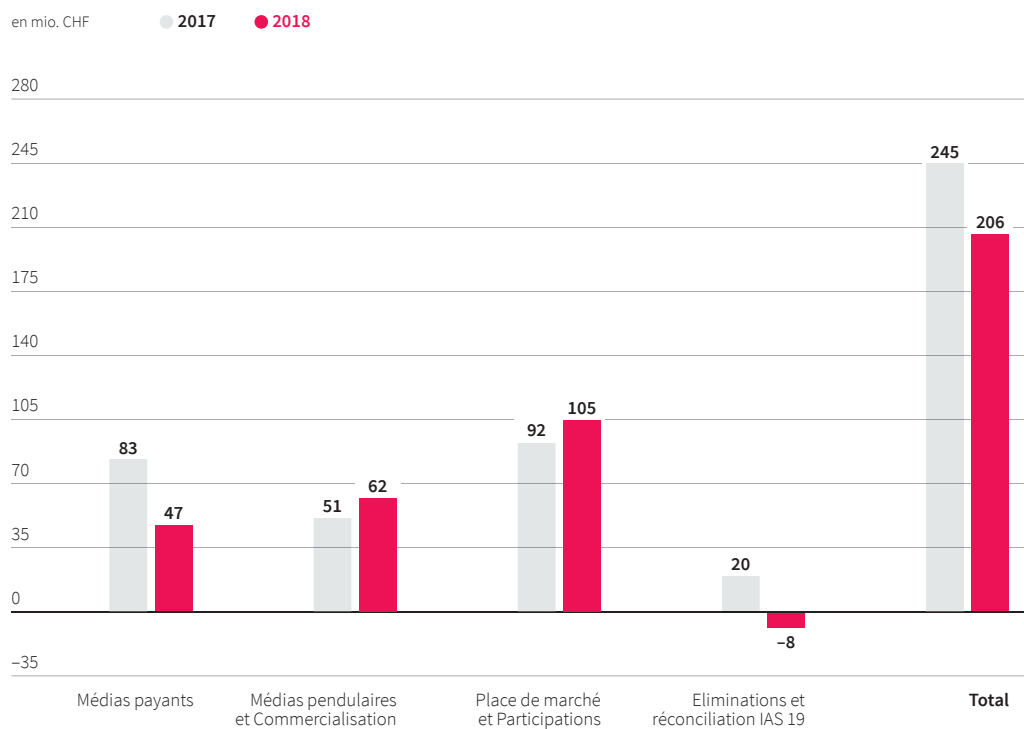
## Revenus tiers par segments

Illustration 1



## EBITDA par segment

Illustration 2



# Aperçu financier

## Présentation des comptes

Tamedia a appliqué les normes et interprétations nouvelles et révisées ci-dessous pour la première fois en 2018 (aucune application anticipée).

- IFRS 9, «Instruments financiers»
- IFRS 15, «Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients»
- IFRS 2, «Classification et évaluation de transactions dont le paiement est fondé sur des actions» (amendement de l'IFRS 2, «Paiements fondés sur des actions»)

La première application n'a entraîné aucune modification des principes de consolidation et d'évaluation, pas plus que de la situation patrimoniale et bénéficiaire sous l'angle de la matérialité.

## Variations dans le périmètre de consolidation

### Acquisitions

Tamedia a réalisé deux acquisitions dans le secteur Médias pendulaires et Commercialisation. Le 28 février 2018, Tamedia SA a acquis 52 pour cent des parts de Neo Advertising SA et le 24 août 2018, elle a repris 97 pour cent des titres cotés de Goldbach Group AG. À la date de clôture du bilan, Tamedia détient près de 98 pour cent des parts de Goldbach Group AG. Pour les actions non encore détenues par Tamedia, une procédure d'annulation du titre a été engagée, par laquelle les actionnaires publics restants sont indemnisés en espèces. Goldbach Group AG (GBNME) a été décotée de la SIX Swiss Exchange le 1er février 2019. Dans le domaine des médias payants, en date du 19 octobre 2018, Tamedia a racheté à Zeitungshaus AG 100 pour cent des actions de Basler Zeitung AG, qui publie le Basler Zeitung.

### Cession de sociétés consolidées et d'activités

En contrepartie de l'achat de Basler Zeitung AG, Tamedia SA a vendu, là encore le 19 octobre 2018, 65 pour cent des actions de Tagblatt der Stadt Zürich AG et 100 pour cent des actions de FZ Furttaler Zeitung AG, qui édite les journaux gratuits Furttaler et Rümlanger, à Zeitungshaus AG.

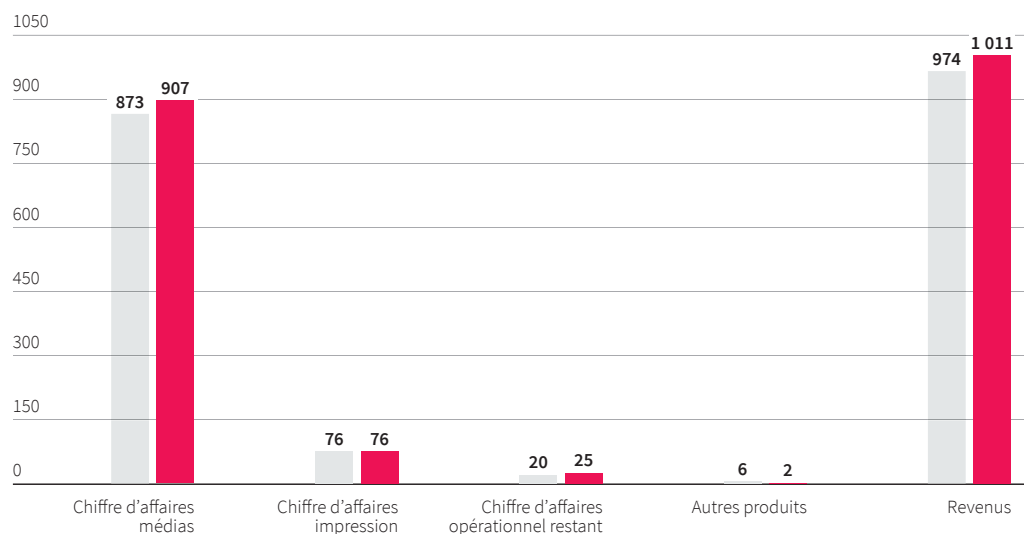
31

Illustration 3

### Revenus

en mio. CHF

● 2017 ● 2018



## Revenu

Les Revenus de Tamedia a augmenté de 3.7 pour cent, soit de 36.4 millions de francs, pour s'établir à 1010.6 millions de francs. L'augmentation des revenus s'explique par les acquisitions de Basler Zeitung, Goldbach Group et Neo Advertising SA, qui font plus que compenser la baisse structurelle des revenus des activités existantes. Des informations plus détaillées sur l'évolution des revenus figurent dans le rapport consacré aux différents secteurs (voir Analyse du marché).

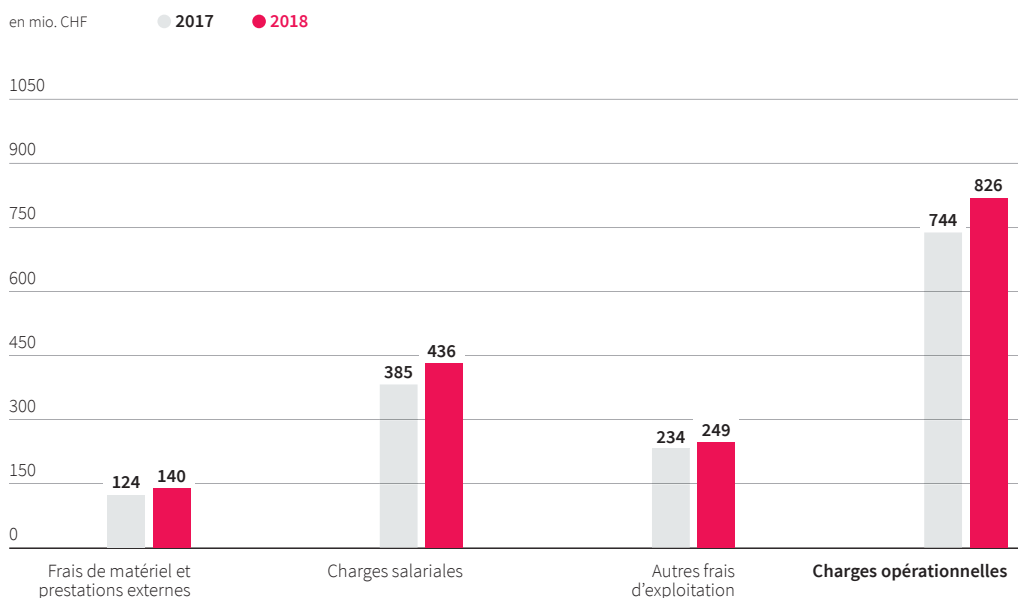
## Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) et résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a diminué de 39.3 millions de francs, soit une baisse de 16 pour cent, à 205.9 millions de francs. La marge EBITDA a ainsi baissé de 25.2 pour cent l'an dernier à 20.4 pour cent cette année.

Les frais de matériel et prestations de tiers ont progressé de 13 pour cent à 140.4 millions de francs en 2018. L'augmentation des charges des marchandises et des charges pour prestations de tiers s'explique par les modifications du périmètre de consolidation.

### Charges opérationnelles

Illustration 4



À 436.4 millions de francs, les charges salariales ont augmenté de 51.2 millions de francs par rapport à la période précédente. L'augmentation est due à hauteur de 29.2 millions de francs à des effets exceptionnels en relation avec l'application de la norme IAS 19 «Avantages du personnel» enregistrés l'année précédente, qui ont résulté pour l'essentiel de changements dans les plans de prévoyance (abaissement du taux d'intérêt technique et du taux de conversion). La modification du périmètre de consolidation s'est traduite par une augmentation des charges de personnel à hauteur de 19.1 millions de francs.

Les autres frais d'exploitation ont augmenté de 14.8 millions de francs pour atteindre 249.1 millions de francs. La modification du périmètre de consolidation a entraîné une hausse de 10.1 millions de francs. Des corrections de valeur individuelles sur les créances à l'encontre de Publicitas à hauteur de 6.0 millions de francs ont par ailleurs dû être enregistrées en 2018. La part du résultat dans des sociétés associées et coentreprises a progressé de 6.6 millions de francs à 21.1 millions de francs au cours de l'exercice 2018. L'augmentation est essentiellement due à l'amélioration de la situation bénéficiaire des deux sociétés Swisscom Directories SA et Karriere.at GmbH.

Le résultat opérationnel (EBIT) a diminué de 27 pour cent ou 49.1 millions de francs et s'inscrit désormais à 131.6 millions de francs. La marge EBIT a ainsi baissé de 18.6 pour cent l'exercice précédent à 13.0 pour cent.

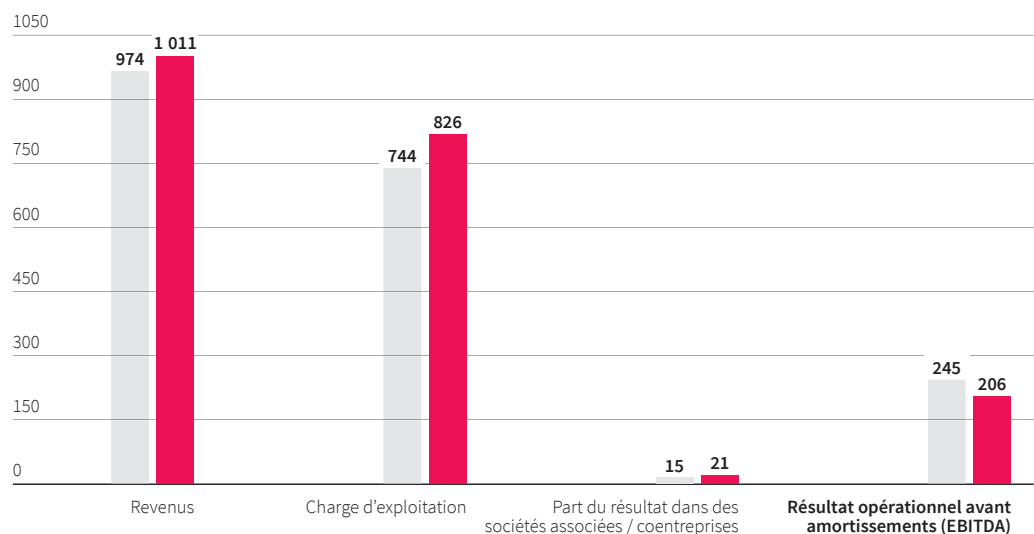
L'augmentation des amortissements résultant de regroupements d'entreprises s'explique par les amortissements supplémentaires sur les bases de clientèle de Basler Zeitung AG, Goldbach Group et Neo Advertising SA, pris en compte pour la première fois en 2018. Le goodwill à hauteur de 2.3 millions de francs de Tradono Suisse a été entièrement déprécié en raison de l'arrêt de l'activité en septembre 2018 (année précédente: aucune correction de valeur sur le goodwill prise en compte).

Illustration 5

### Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)

en mio. CHF

● 2017 ● 2018



## Résultat

À 129.5 millions de francs, le résultat de l'exercice 2018 est inférieur de 24 pour cent, soit 40.7 millions de francs, à celui de l'exercice précédent (170.2 millions de francs). Le revenu net attribuable aux actionnaires de Tamedia a diminué de 146.9 millions francs à 96.5 millions de francs, soit une baisse de 34 pour cent.

Le résultat financier a progressé de -1.0 million de francs à 6.1 millions de francs. La vente de la participation de 65 pour cent dans Tagblatt der Stadt Zürich AG et de la participation à 100 pour cent dans FZ Furttaler Zeitung AG le 19 octobre 2018 a généré un bénéfice résultant de la vente de participations à hauteur de 3.8 millions de francs. Un bénéfice de 1.6 million de francs au titre de la vente des participations de 50 pour cent dans Société de Publications Nouvelles SA et LC Lausanne Cités SA a été pris en compte, alors qu'un bénéfice de 0.3 million de francs a résulté l'année précédente de la vente des parts dans Journal de Morges SA. La réduction d'engagements d'achat à hauteur de 1.1 million de francs (année précédente: 1.9 million de francs) est en outre enregistrée dans les autres produits financiers.

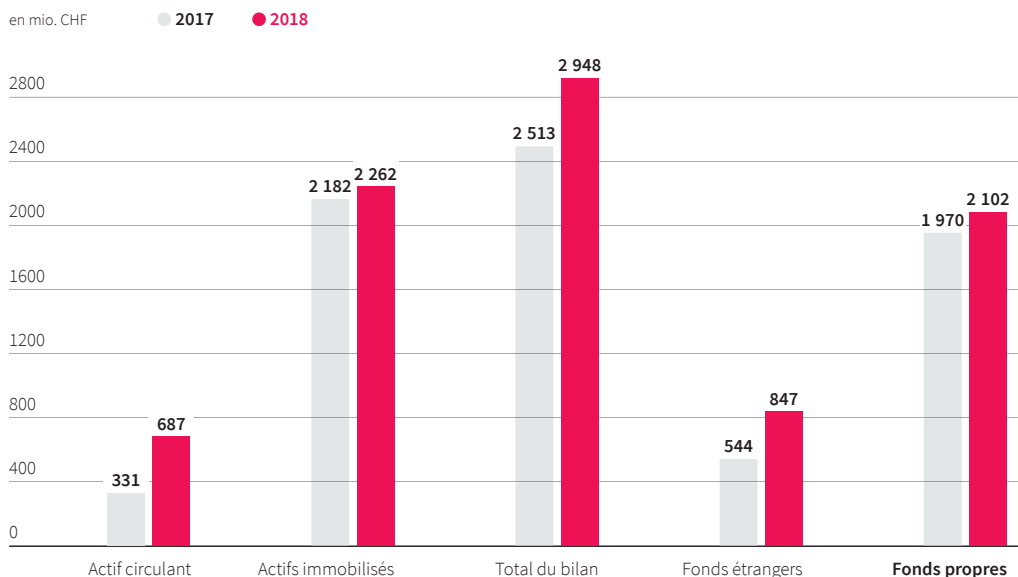
Le taux d'impôt moyen escompté correspond à la moyenne pondérée des taux d'imposition des sociétés consolidées. Celui-ci est resté pratiquement inchangé à 21.2 pour cent en 2018.

Le taux d'impôt effectif a en revanche légèrement augmenté, de 5.3 pour cent à 6.0 pour cent. Des effets fiscaux sur les participations ont de nouveau été enregistrés. Ils résultent principalement d'amortissements sur leur valeur comptable (sans incidences fiscales différées), qui ont sensiblement réduit la charge d'impôt.

Après son approbation par le Parlement cantonal, la loi fiscale du canton de Vaud applicable dès le 1<sup>er</sup> janvier 2019 et donc la réduction du taux cantonal de l'impôt sur les bénéfices à 3.33 pour cent entrent en vigueur. Le taux d'imposition combiné effectif d'environ 21.5 pour cent actuellement baisse ainsi à environ 14 pour cent. Cette adaptation s'est traduite par une réduction nette des dettes fiscales différées de 14.4 millions de francs, ce qui entraîne un produit fiscal de montant équivalent.

## Bilan

Illustration 6



## Bilan et fonds propres

La somme du bilan a progressé de 435,1 millions de francs, passant de 2513.3 millions de francs à 2948,4 millions de francs. Les fonds propres se sont accrus de 132.1 millions de francs, à 2101.7 millions de francs. Outre le résultat enregistré, la réévaluation de la prévoyance du personnel inscrite au compte de résultat total ainsi que la prise en compte des parts minoritaires résultant de l'acquisition de Neo Advertising SA et de Goldbach Group AG ont également contribué au changement. Le montant pour la réévaluation de la prévoyance du personnel directement imputé dans les fonds propres de -22.9 millions de francs nets (après impôts différés) s'explique principalement par la performance sur la fortune de prévoyance (année précédente: 96.4 millions de francs). Un montant de 47.7 millions de francs (4.50 francs par action) a été versé aux actionnaires de Tamedia à titre de dividende. Le degré d'autofinancement a reculé de 78.4 pour cent à 71.1 pour cent.

L'actif circulant des secteurs à activité poursuivie a augmenté de 134.8 millions de francs, à 465.7 millions de francs. La trésorerie a progressé de 22.5 millions de francs pour s'inscrire à 145.9 millions de francs.

Le 18 décembre 2018, Swisscom AG a exercé son droit d'acquisition des parts de Swisscom Directories SA détenues à hauteur de 31 pour cent par Tamedia et les a rachetées le 22 janvier 2019 pour un montant de 239.8 millions de francs. La participation dans la société associée Swisscom Directories SA à hauteur de 221.1 millions de francs en tout a par conséquent été transférée dans les éléments du patrimoine destinés à la cession au 31 décembre 2018 (année précédente: aucun élément du patrimoine destiné à la cession).

Les actifs immobilisés ont progressé de 79,2 millions de francs (soit une hausse de 4 pour cent), à 2261,7 millions de francs. Alors que les immobilisations corporelles sont restées constantes par rapport à l'année précédente et s'élevaient à 271.3 millions de francs à la date de clôture du bilan, les immobilisations incorporelles ont augmenté de 332.2 millions de francs en raison des modifications du périmètre de consolidation, passant ainsi de 1511.7 millions de francs à 1843.9 millions de francs. Les investissements se montent à 26.5 millions de francs et incluent notamment des investissements dans les installations techniques et machines dans les trois centres d'impression, qui ont été réalisés en raison de la prise en charge de travaux d'impression importants pour Ringier et Neue Luzerner Zeitung ainsi que des investissements dans des coûts liés à des projets logiciels inscrits à l'actif et l'achat de licences. Les entrées sont contrebalancées par des amortissements sur immobilisations corporelles et incorporelles à hauteur de 71.9 millions de francs et des sorties pour un montant de 1,4 million de francs.

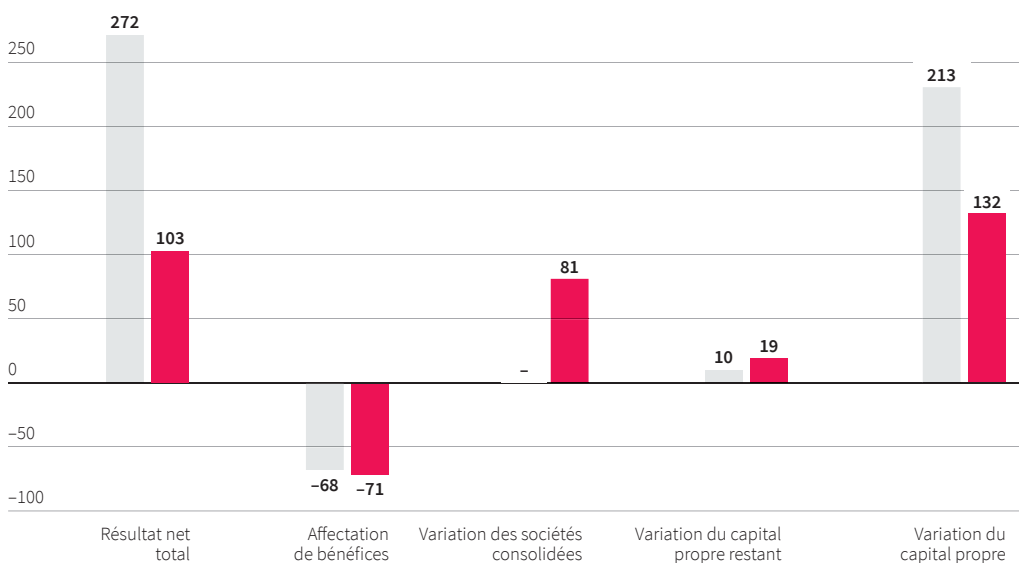
35

Illustration 7

### Variation des fonds propres

en mio. CHF

● 2017 ● 2018





Les participations dans des sociétés associées et coentreprises dans les fonds propres ont diminué de 219.8 millions de francs nets à 71.1 millions de francs, en raison du transfert de Swisscom Directories SA dans les éléments du patrimoine destinés à la cession. Sans cette restructuration, une augmentation de la part des sociétés associées et coentreprises dans les fonds propres aurait été enregistrée, principalement en raison de l'amélioration de la situation bénéficiaire de Swisscom Directories SA et de Karriere.at GmbH.

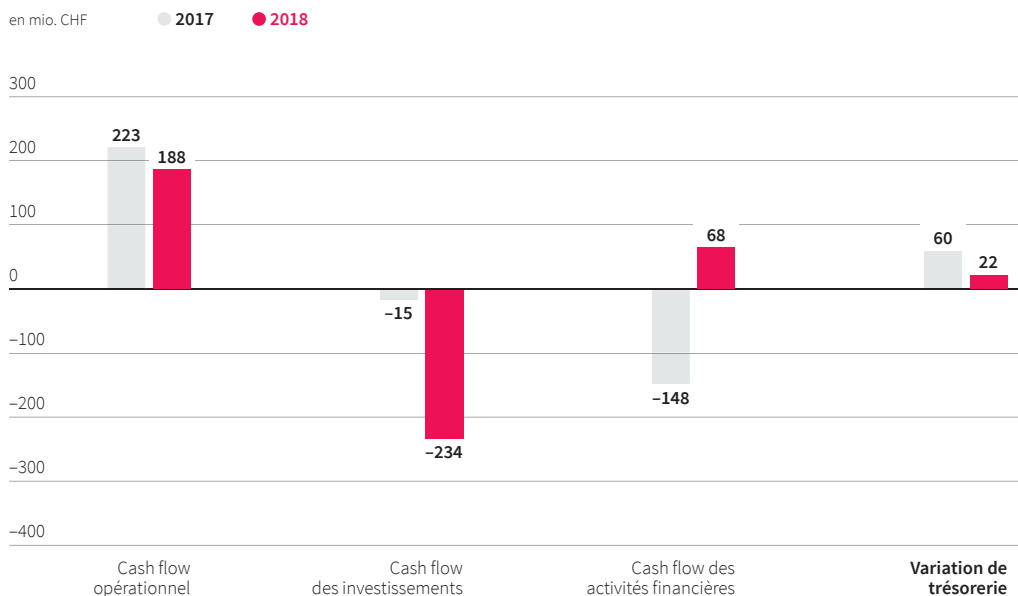
Une fortune de prévoyance nette de 20.9 millions de francs a été portée au bilan en 2018 suite à la réévaluation des plans de prévoyance (année précédente: 75.0 millions de francs). Les créances de prévoyance s'élèvent à 57.1 millions de francs et les dettes de prévoyance, à 36.3 millions de francs. Les autres investissements financiers à long terme ont augmenté de 4.3 millions de francs, à 15.9 millions de francs. Des parts dans l'autre participation Global Impact Finance SA à hauteur de 13 pour cent ont été acquises en 2018 pour un montant de 1.5 million de francs et un investissement dans la start-up du secteur Fintech Lykke Corp a été pratiqué à hauteur de 2.0 millions de francs.

Les fonds étrangers à court terme des secteurs à activité poursuivie ont augmenté de 245.7 millions de francs, à 599.6 millions de francs. Une facilité de crédit de 145.0 millions de francs a été convenue avec la reprise de Goldbach Group le 24 août 2018. À la date de clôture du bilan, Tamedia utilisait encore 120.0 millions de francs de cette facilité de crédit, qu'elle a entièrement remboursée en janvier 2019. L'augmentation des dettes résultant de livraisons et de prestations, des autres dettes à court terme et des passifs de régularisation s'explique principalement par le rachat de la Basler Zeitung, Goldbach Group et Neo Advertising SA. L'augmentation des provisions à court terme résulte des modifications du périmètre de consolidation, mais aussi de la constitution de provisions pour des plans sociaux décidée en 2018 et qui incluent notamment les plans sociaux pour les collaborateurs du Matin et de Tamedia Editorial Services en Suisse romande.

Les fonds étrangers à long terme ont augmenté de 57.3 millions de francs, à 247.2 millions de francs. Ils incluent une dette bancaire à long terme à hauteur de 20.0 millions de francs résultant de la reprise de Goldbach Group. Les dettes de prévoyance ont augmenté sous l'effet de la réévaluation des plans de prévoyance de 16.9 millions de francs à 36.3 millions de francs. Les dettes fiscales différées ont progressé de 13.0 millions de francs, à 166.4 millions de francs.

## Cash flow

Illustration 8



## Compte de résultat normalisé

| en CHF 000 | Explication                                                | 2018               |                      |                                               | 2017               |                      |                                               |
|------------|------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------------------------|
|            |                                                            | Compte de résultat | Effets exceptionnels | Compte de résultat avant effets exceptionnels | Compte de résultat | Effets exceptionnels | Compte de résultat avant effets exceptionnels |
|            | Chiffre d'affaires médias                                  | 907 159            | –                    | 907 159                                       | 872 826            | –                    | 872 826                                       |
|            | Chiffre d'affaires impression                              | 75 971             | –                    | 75 971                                        | 76 071             | –                    | 76 071                                        |
|            | Chiffre d'affaires opérationnel restant                    | 25 182             | –                    | 25 182                                        | 19 687             | –                    | 19 687                                        |
|            | Autres produits                                            | 2 321              | –                    | 2 321                                         | 5 636              | (4 974)              | 661                                           |
|            | <b>Revenus</b>                                             | <b>1 010 633</b>   | <b>–</b>             | <b>1 010 633</b>                              | <b>974 219</b>     | <b>(4 974)</b>       | <b>969 245</b>                                |
|            | Frais de matériel et prestations externes                  | (140 374)          | –                    | (140 374)                                     | (124 107)          | –                    | (124 107)                                     |
|            | Charges salariales                                         | (436 365)          | 3 268                | (433 097)                                     | (385 136)          | (27 898)             | (413 034)                                     |
|            | Autres frais d'exploitation                                | (249 150)          | 6 040                | (243 110)                                     | (234 335)          | 2 293                | (232 043)                                     |
|            | Part du résultat dans des sociétés associées/coentreprises | 21 125             | –                    | 21 125                                        | 14 565             | –                    | 14 565                                        |
|            | <b>Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)</b> | <b>205 869</b>     | <b>9 308</b>         | <b>215 177</b>                                | <b>245 206</b>     | <b>(30 580)</b>      | <b>214 626</b>                                |
|            | Amortissements                                             | (29 546)           | –                    | (29 546)                                      | (29 043)           | –                    | (29 043)                                      |
|            | Amortissements résultant de regroupements d'entreprises    | (42 390)           | –                    | (42 390)                                      | (35 418)           | –                    | (35 418)                                      |
|            | Dépréciations                                              | (2 293)            | 2 293                | –                                             | –                  | –                    | –                                             |
|            | <b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>                        | <b>131 640</b>     | <b>11 601</b>        | <b>143 241</b>                                | <b>180 744</b>     | <b>(30 580)</b>      | <b>150 165</b>                                |
|            | Produits financiers                                        | 11 256             | (5 479)              | 5 777                                         | 5 185              | (1 564)              | 3 621                                         |
|            | Charges financières                                        | (5 113)            | –                    | (5 113)                                       | (6 143)            | 788                  | (5 356)                                       |
|            | <b>Résultat net avant impôts</b>                           | <b>137 783</b>     | <b>6 122</b>         | <b>143 905</b>                                | <b>179 785</b>     | <b>(31 356)</b>      | <b>148 430</b>                                |
|            | Impôts sur les bénéfices                                   | (8 246)            | (16 270)             | (24 516)                                      | (9 589)            | 6 136                | (3 454)                                       |
|            | <b>Résultat net</b>                                        | <b>129 537</b>     | <b>(10 148)</b>      | <b>119 389</b>                                | <b>170 196</b>     | <b>(25 220)</b>      | <b>144 976</b>                                |

1 Les autres produits de l'exercice précédent ont été ajustés pour tenir compte du gain sur la vente d'un terrain à Bussigny qui n'a pas été utilisé à des fins opérationnelles.

2 Les charges salariales ont été ajustées en 2018 pour tenir compte du coût des plans sociaux des salariés qui ont été affectés par l'arrêt de la version imprimée du Matin. Au cours de l'exercice précédent, les effets non récurrents liés à l'application de la norme IAS 19 avaient été éliminés en raison de modifications de plan (réduction du taux d'intérêt technique et du taux de conversion).

3 L'élimination en 2018 concerne les corrections de valeur individuelles sur les créances de Publicitas, qui a fait faillite. Au cours de l'exercice précédent, les coûts liés à la vente d'une parcelle de terrain à Bussigny qui n'était pas utilisée à des fins opérationnelles ont été ajustés (voir également la note 1).

4 En 2018, le goodwill de Tradono Suisse a été entièrement déprécié en raison de l'arrêt de ses activités en septembre 2018.

5 L'ajustement en 2018 concerne les gains en capital résultant de la vente de la participation de 65 % dans Tagblatt der Stadt Zürich AG, de la participation de 100 % dans FZ Furrter Zeitung AG et des participations de 50 % dans Société de Publications Nouvelles SA et LC Lausanne Cités SA. La normalisation de l'exercice précédent concerne les effets de la vente des participations dans Journal de Morges SA et Hotelcard AG ainsi que les correctifs de valeur pour les participations dans des sociétés associées.

6 Au cours de l'exercice et de la période comparative, une correction est effectuée pour tenir compte de l'incidence fiscale des effets spéciaux. En 2018, l'effet de l'ajustement du taux des impôts du canton de Vaud sur les impôts différés actifs et passifs est également pris en compte.

## Comparaison pluriannuelle

|                                                                    |          | 2018    | 2017    | 2016    | 2015    | 2014    |
|--------------------------------------------------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Revenus                                                            | mio. CHF | 1 010,6 | 974,2   | 1 004,8 | 1 063,8 | 1 114,5 |
| Croissance                                                         |          | 3,7%    | -3,0%   | -5,5%   | -4,5%   | 4,2%    |
| Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)                | mio. CHF | 205,9   | 245,2   | 201,0   | 243,4   | 240,7   |
| Croissance                                                         |          | -16,0%  | 22,0%   | -17,5%  | 1,2%    | 22,1%   |
| Marge <sup>1</sup>                                                 |          | 20,4%   | 25,2%   | 20,0%   | 22,9%   | 21,6%   |
| Résultat opérationnel (EBIT)                                       | mio. CHF | 131,6   | 180,7   | 113,5   | 130,6   | 170,4   |
| Croissance                                                         |          | -27,2%  | 59,3%   | -13,1%  | -23,3%  | 33,4%   |
| Marge <sup>1</sup>                                                 |          | 13,0%   | 18,6%   | 11,3%   | 12,3%   | 15,3%   |
| Résultat                                                           | mio. CHF | 129,5   | 170,2   | 122,3   | 334,0   | 159,5   |
| Croissance                                                         |          | -23,9%  | 39,1%   | -63,4%  | 109,4%  | 34,7%   |
| Marge <sup>1</sup>                                                 |          | 12,8%   | 17,5%   | 12,2%   | 31,4%   | 14,3%   |
| Effectifs du personnel (moyenne)                                   | Nombre   | 3 330   | 3 204   | 3 282   | 3 338   | 3 471   |
| Revenus par collaborateur                                          | CHF 000  | 303,5   | 304,0   | 306,2   | 318,7   | 321,1   |
| Actif circulant                                                    | mio. CHF | 686,7   | 330,9   | 308,9   | 343,2   | 367,9   |
| Actifs immobilisés                                                 | mio. CHF | 2 261,7 | 2 182,5 | 2 112,2 | 2 165,6 | 1 788,2 |
| Total du bilan                                                     | mio. CHF | 2 948,4 | 2 513,3 | 2 421,1 | 2 508,9 | 2 156,2 |
| Fonds étrangers                                                    | mio. CHF | 846,8   | 543,7   | 665,0   | 847,4   | 699,1   |
| Fonds propres                                                      | mio. CHF | 2 101,7 | 1 969,6 | 1 756,1 | 1 661,5 | 1 457,0 |
| Cash flow opérationnel                                             | mio. CHF | 187,7   | 223,3   | 178,6   | 195,3   | 201,7   |
| Cash flow des investissements                                      | mio. CHF | (233,6) | (14,6)  | (11,1)  | (250,1) | (49,3)  |
| Cash flow après des investissements                                | mio. CHF | (45,9)  | 208,6   | 167,5   | (54,9)  | 152,4   |
| Cash flow des activités financières                                | mio. CHF | 68,8    | (149,0) | (202,9) | 56,8    | (109,0) |
| Variation de trésorerie                                            | mio. CHF | 22,5    | 60,2    | (35,4)  | 1,2     | 43,3    |
| Rentabilité des fonds propres <sup>2</sup>                         |          | 6,2%    | 8,6%    | 7,0%    | 20,1%   | 11,0%   |
| Taux d'autofinancement <sup>3</sup>                                |          | 71,3%   | 78,4%   | 72,5%   | 66,2%   | 67,6%   |
| Taux de financement intérieur de l'investissement net <sup>4</sup> |          | 80,4%   | 1527,4% | 1609,2% | 78,1%   | 409,5%  |
| Taux de liquidités II <sup>5</sup>                                 |          | 76,7%   | 92,3%   | 70,3%   | 76,9%   | 67,0%   |
| Facteur d'endettement <sup>6</sup>                                 | x        | 2,1     | 1,0     | 2,3     | 2,7     | 1,9     |

1 En pour cent du chiffre d'affaires

2 Résultat parts minoritaires comprises par rapport aux fonds propres au 31.12.

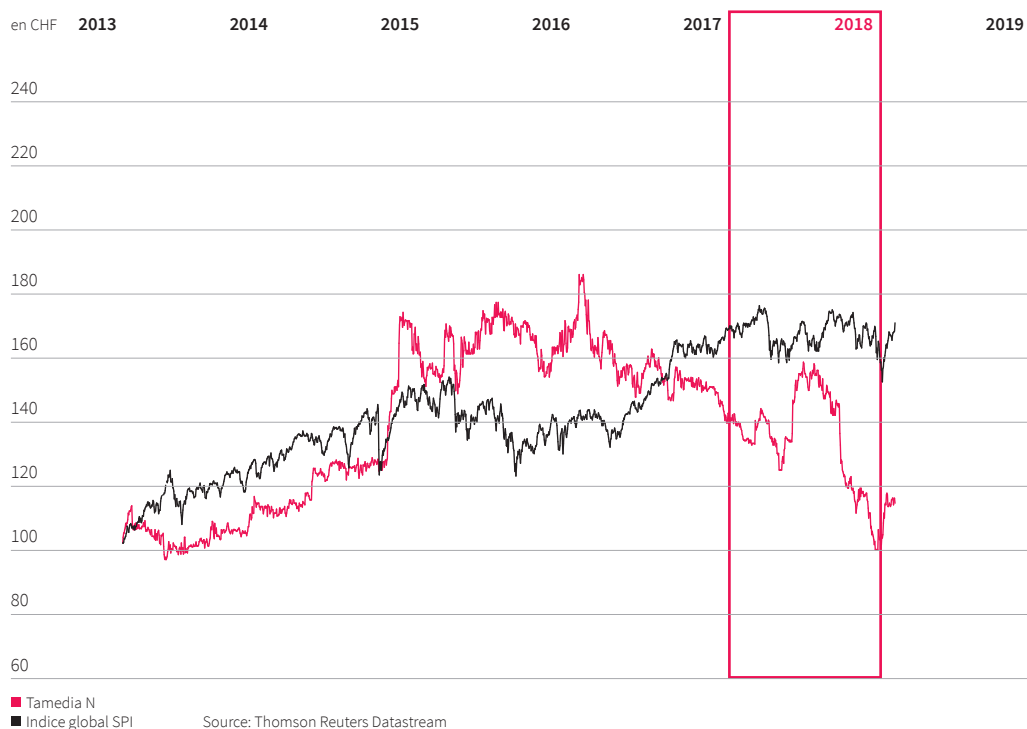
3 Fonds propres par rapport au total du bilan

4 Flux de trésorerie d'exploitation par rapport au flux de trésorerie des investissements

5 Actif circulant avant éléments du patrimoine destinés à la cession hors stocks rapportés aux capitaux étrangers à court terme

6 Endettement net (capitaux étrangers moins actif circulant avant éléments du patrimoine destinés à la cession et sans provisions) par rapport au cash flow d'exploitation

Évolution du cours de l'action du mardi 3 janvier 2013 au mardi 30 janvier 2019



Cours de l'action

| en CHF       | 2018   | 2017   | 2016   | 2015   | 2014   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Au plus haut | 157.50 | 161.80 | 183.90 | 175.50 | 128.80 |
| Au plus bas  | 101.00 | 132.00 | 150.00 | 124.50 | 106.10 |
| Fin d'année  | 105.50 | 138.00 | 156.00 | 171.00 | 126.90 |

Capitalisation boursière

| en mio. CHF  | 2018  | 2017  | 2016  | 2015  | 2014  |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Au plus haut | 1 670 | 1 715 | 1 949 | 1 860 | 1 365 |
| Au plus bas  | 1 071 | 1 399 | 1 590 | 1 320 | 1 125 |
| Fin d'année  | 1 118 | 1 463 | 1 654 | 1 813 | 1 345 |

Calendrier financier

Assemblée générale  
Rapport semestriel

5 avril 2019  
27 août 2019

## Chiffres clés par action

| en CHF                                          | 2018              | 2017   | 2016   | 2015   | 2014   |
|-------------------------------------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|
| Résultat net par action (non dilué)             | 9.12              | 13.87  | 9.89   | 30.32  | 13.81  |
| Résultat net par action (dilué)                 | 9.08              | 13.82  | 9.86   | 30.27  | 13.79  |
| EBIT par action                                 | 12.44             | 17.06  | 10.71  | 12.32  | 16.07  |
| EBITDA par action                               | 19.45             | 23.15  | 18.97  | 22.97  | 22.71  |
| Cash flow disponible par action                 | (4.33)            | 19.70  | 15.81  | (5.18) | 14.38  |
| Fonds propres par action <sup>1</sup>           | 166.48            | 163.46 | 143.95 | 134.52 | 115.09 |
| Dividende par action                            | 4.50 <sup>2</sup> | 4.50   | 4.50   | 4.50   | 4.50   |
| Taux de distribution <sup>3</sup>               | 36,7%             | 28,0%  | 39,0%  | 14,3%  | 29,9%  |
| Rendement des dividendes <sup>4</sup>           | 4,3%              | 3,3%   | 2,9%   | 2,6%   | 3,5%   |
| Rapport cours-bénéfice <sup>4</sup>             | x 11,6            | 9,9    | 15,8   | 5,6    | 9,2    |
| Rapport cours-EBIT <sup>4</sup>                 | x 8,5             | 8,1    | 14,6   | 13,9   | 7,9    |
| Rapport cours-EBITDA <sup>4</sup>               | x 5,4             | 6,0    | 8,2    | 7,4    | 5,6    |
| Rapport cours-revenus <sup>4</sup>              | x 1,1             | 1,5    | 1,6    | 1,7    | 1,2    |
| Rapport cours-cash flow disponible <sup>4</sup> | x (24,3)          | 7,0    | 9,9    | (33,0) | 8,8    |
| Rapport cours-capital propre <sup>4</sup>       | x 0,6             | 0,8    | 1,1    | 1,3    | 1,1    |

1 Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia

2 Demande du Conseil d'administration

3 Sur la base du résultat

4 Sur la base du cours de fin d'année

## Structure du capital

Le capital-actions de 106 millions de francs est divisé en 10 600 000 actions nominatives de 10 francs chacune. Il n'existe pas de capital autorisé ni de capital conditionnel. L'entreprise tient à disposition des actions propres pour les plans de participation en actions conformément aux remarques 32 et 42.

Un contrat de fidélisation des actionnaires a été conclu pour 67 pour cent des actions. Les signataires du contrat de fidélisation des actionnaires détiennent actuellement 69.11 pour cent des actions.

## Utilisation du revenu net

Tamedia applique une politique de distribution basée sur le résultat. En général, 35 à 45 pour cent du résultat sont distribués à titre de dividende.

## Relations investisseurs

Tamedia SA

Sandro Macciachini

Responsable Finances et Ressources humaines

Werdstrasse 21

CH-8021 Zurich

Téléphone: +41 (0) 44 248 41 90

E-mail: investor.relations@tamedia.ch

# Compte de résultat consolidé

| en CHF 000                                                   | Remarque | 2018             | 2017           |
|--------------------------------------------------------------|----------|------------------|----------------|
| Chiffre d'affaires médias                                    | 4        | 907 159          | 872 826        |
| Chiffre d'affaires impression                                | 5        | 75 971           | 76 071         |
| Chiffre d'affaires opérationnel restant                      | 6        | 25 182           | 19 687         |
| Autres produits                                              | 7        | 2 321            | 5 636          |
| <b>Revenus</b>                                               |          | <b>1 010 633</b> | <b>974 219</b> |
| Frais de matériel et prestations externes                    | 8        | (140 374)        | (124 107)      |
| Charges salariales                                           | 9        | (436 365)        | (385 136)      |
| Autres frais d'exploitation                                  | 10       | (249 150)        | (234 335)      |
| Part du résultat dans des sociétés associées / coentreprises | 11       | 21 125           | 14 565         |
| <b>Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)</b>   |          | <b>205 869</b>   | <b>245 206</b> |
| Amortissements                                               | 12       | (29 546)         | (29 043)       |
| Amortissements résultant de regroupements d'entreprises      | 12       | (42 390)         | (35 418)       |
| Dépréciations                                                | 12       | (2 293)          | –              |
| <b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>                          |          | <b>131 640</b>   | <b>180 744</b> |
| Produits financiers                                          | 13       | 11 256           | 5 185          |
| Charges financières                                          | 13       | (5 113)          | (6 143)        |
| <b>Résultat net avant impôts</b>                             |          | <b>137 783</b>   | <b>179 785</b> |
| Impôt sur les bénéfices                                      | 14       | (8 246)          | (9 589)        |
| <b>Résultat net</b>                                          |          | <b>129 537</b>   | <b>170 196</b> |
| dont                                                         |          |                  |                |
| Part des actionnaires de Tamedia                             |          | 96 466           | 146 938        |
| Part des actionnaires minoritaires                           | 17       | 33 071           | 23 258         |

## Résultat net par action

| en CHF                              | Remarque | 2018 | 2017  |
|-------------------------------------|----------|------|-------|
| Résultat net par action (non dilué) | 18       | 9.12 | 13.87 |
| Résultat net par action (dilué)     | 18       | 9.08 | 13.82 |

# État du résultat global consolidé

en CHF 000

Remarque

|                                                                                                                              |    | 2018            | 2017           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------|----------------|
| <b>Résultat net</b>                                                                                                          |    | <b>129 537</b>  | <b>170 196</b> |
| Fluctuation de valeur des couvertures / investissements financiers                                                           | 38 | (1 885)         | (2 475)        |
| Différences de conversion                                                                                                    |    | (2 766)         | 5 418          |
| Effets de l'impôt sur les bénéfices                                                                                          |    | 782             | (428)          |
| <b>Autres éléments du résultat – reclassement par l'intermédiaire du compte de résultat pour les périodes à venir</b>        |    | <b>(3 868)</b>  | <b>2 516</b>   |
| Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19                                                                                         | 23 | (29 008)        | 121 872        |
| Part du résultat saisi directement dans les fonds propres des sociétés associées / coentreprises                             | 11 | 39              | 2 757          |
| Effets de l'impôt sur les bénéfices                                                                                          |    | 6 092           | (25 504)       |
| <b>Autres éléments du résultat – pas de reclassement par l'intermédiaire du compte de résultat pour les périodes à venir</b> |    | <b>(22 877)</b> | <b>99 125</b>  |
| <b>Autres éléments du résultat</b>                                                                                           |    | <b>(26 745)</b> | <b>101 641</b> |
| <b>Résultat net total</b>                                                                                                    |    | <b>102 791</b>  | <b>271 837</b> |
| dont                                                                                                                         |    |                 |                |
| part des actionnaires de Tamedia                                                                                             |    | 69 792          | 248 177        |
| part des actionnaires minoritaires                                                                                           |    | 32 999          | 23 660         |

# Bilan consolidé

| en CHF 000                                                                | Remarque | 31.12.2018       | 31.12.2017       |
|---------------------------------------------------------------------------|----------|------------------|------------------|
| Trésorerie                                                                |          | 145 923          | 123 438          |
| Investissements financiers à court terme                                  |          | 1 187            | 2 119            |
| Créances résultant de livraison et de prestations                         | 19       | 240 245          | 158 824          |
| Créances financières à court terme                                        |          | 26 354           | 12 125           |
| Créances fiscales en cours                                                |          | 8 962            | 10 546           |
| Autres créances à court terme                                             |          | 14 380           | 8 412            |
| Actifs de régularisation                                                  |          | 22 681           | 11 109           |
| Provisions                                                                | 20       | 5 921            | 4 288            |
| <b>Actif circulant avant éléments du patrimoine destinés à la cession</b> |          | <b>465 653</b>   | <b>330 860</b>   |
| Éléments du patrimoine destinés à la cession                              | 16       | 221 096          | –                |
| <b>Actif circulant</b>                                                    |          | <b>686 750</b>   | <b>330 860</b>   |
| Actifs immobilisés corporels                                              | 21       | 271 264          | 270 474          |
| Participations dans des sociétés associées / coentreprises                | 11       | 71 123           | 290 959          |
| Créances de prévoyance                                                    | 23       | 57 135           | 94 371           |
| Autres investissements financiers à long terme                            | 22       | 15 877           | 11 579           |
| Créances fiscales différées                                               | 15       | 2 397            | 3 373            |
| Actifs immobilisés incorporels                                            | 24/25    | 1 843 894        | 1 511 712        |
| <b>Actifs immobilisés</b>                                                 |          | <b>2 261 690</b> | <b>2 182 467</b> |
| <b>Actifs</b>                                                             |          | <b>2 948 440</b> | <b>2 513 326</b> |
| Dettes financières à court terme                                          | 26       | 125 680          | 3 973            |
| Dettes résultant de livraisons et de prestations                          | 27       | 92 564           | 38 940           |
| Dettes fiscales en cours                                                  |          | 11 830           | 12 130           |
| Autres dettes à court terme                                               | 28       | 39 568           | 29 359           |
| Passifs de régularisation résultant de contrats avec des clients          | 29       | 250 850          | 206 420          |
| Autres passifs de régularisation                                          | 29       | 75 046           | 60 992           |
| Provisions à court terme                                                  | 30       | 4 092            | 2 105            |
| <b>Fonds étrangers à court terme</b>                                      |          | <b>599 631</b>   | <b>353 920</b>   |
| Dettes financières à long terme                                           | 26       | 33 193           | 6 412            |
| Dettes de prévoyances                                                     | 23       | 36 276           | 19 336           |
| Dettes fiscales différées                                                 | 15       | 166 397          | 153 421          |
| Provisions à long terme                                                   | 30       | 11 288           | 10 657           |
| <b>Fonds étrangers à long terme</b>                                       |          | <b>247 155</b>   | <b>189 826</b>   |
| <b>Fonds étrangers</b>                                                    |          | <b>846 786</b>   | <b>543 746</b>   |
| Capital social                                                            | 31       | 106 000          | 106 000          |
| Propres actions                                                           | 32       | (3 579)          | (1 635)          |
| Réserves                                                                  |          | 1 659 396        | 1 627 187        |
| <b>Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia</b>                    |          | <b>1 761 817</b> | <b>1 731 552</b> |
| Part des actionnaires minoritaires                                        |          | 339 837          | 238 028          |
| <b>Fonds propres</b>                                                      |          | <b>2 101 654</b> | <b>1 969 580</b> |
| <b>Passifs</b>                                                            |          | <b>2 948 440</b> | <b>2 513 326</b> |



# Tableau de financement consolidé

en CHF 000

Remarque

2018

2017

## Méthode directe

|                                                                            |       |           |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|-----------|-----------|
| Recettes provenant de la vente de livraisons et de prestations de services | 4/5/6 | 950 269   | 954 533   |
| Dépenses pour le personnel                                                 | 9     | (419 163) | (400 935) |
| Dépenses pour les livraisons et les prestations de services reçus          | 8/10  | (337 362) | (326 657) |
| Dividendes de sociétés associées / coentreprises                           | 11    | 30 719    | 25 916    |
| Intérêts payés                                                             | 13    | (1 060)   | (464)     |
| Intérêts obtenus                                                           | 13    | 250       | 359       |
| Autres résultats financiers                                                | 13    | (2 186)   | (1 438)   |
| Impôt sur les bénéfices payés                                              | 14    | (33 722)  | (28 051)  |

## Cash flow opérationnel

187 745

223 263

|                                                                                     |    |           |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------|---------|
| Investissements dans des actifs immobilisés corporels                               | 21 | (16 610)  | (6 634) |
| Désinvestissement d'actifs immobilisés corporels                                    | 21 | 110       | 3 752   |
| Investissements dans des sociétés consolidées                                       | 1  | (192 624) | 295     |
| Désinvestissements de sociétés consolidées                                          | 1  | 3 371     | –       |
| Investissements dans des participations dans des sociétés associées / coentreprises | 11 | (2 053)   | (490)   |
| Désinvestissements de participations dans des sociétés associées / coentreprises    | 11 | 5 849     | 590     |
| Investissements dans les autres placements financiers                               | 22 | (21 891)  | (7 613) |
| Désinvestissement des autres placements financiers                                  | 22 | 115       | –       |
| Investissements dans des actifs immobilisés incorporels                             | 24 | (9 875)   | (4 518) |

## Cash flow des investissements

(233 608)

(14 617)

|                                                         |    |          |          |
|---------------------------------------------------------|----|----------|----------|
| Affectation des bénéfices aux actionnaires de Tamedia   | 31 | (47 648) | (47 684) |
| Affectation des bénéfices aux actionnaires minoritaires |    | (22 857) | (20 527) |
| Constitution de dettes financières à court terme        | 26 | 185 001  | –        |
| Remboursement dettes financières à court terme          | 26 | (66 653) | (30 002) |
| Constitution de dettes financières à long terme         | 26 | 16 397   | –        |
| Remboursement dettes financières à long terme           | 26 | (291)    | (50 619) |
| (Rachat)/vente actions propres                          | 32 | (3 584)  | (1 319)  |
| Achat de parts actionnaires minoritaires                |    | (1 594)  | (2 364)  |
| Vente de parts actionnaires minoritaires                |    | 10 000   | 3 503    |

## Cash flow des activités financières

68 771

(149 010)

## Influence devises étrangères

(423)

539

## Variation de trésorerie

22 485

60 174

|                                                                                     |  |         |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|---------|---------|
| Trésorerie au 1er janvier                                                           |  | 123 438 | 55 943  |
| Trésorerie éléments du patrimoine destinés à la cession au 1er janvier <sup>1</sup> |  | –       | 7 320   |
| Trésorerie au 31 décembre                                                           |  | 145 923 | 123 438 |
| Trésorerie éléments du patrimoine destinés à la cession au 31 décembre              |  | –       | –       |

## Variation de trésorerie

22 485

60 174

<sup>1</sup> Au 1er janvier 2017, des éléments du patrimoine (dont 7.3 millions de francs de liquidités) de Starticket AG étaient encore pris en compte comme destinés à la cession.

# Variation des fonds propres

en CHF 000

|                                                                                                                                     | Capital social | Propres actions | Différences de conversion | Réserves         | Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia | Part des actionnaires minoritaires dans les fonds propres | Fonds propres    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------|---------------------------|------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------|
| <b>État au 31 décembre 2016</b>                                                                                                     | <b>106 000</b> | <b>(1 251)</b>  | <b>(6 970)</b>            | <b>1 427 551</b> | <b>1 525 330</b>                                | <b>230 791</b>                                            | <b>1 756 121</b> |
| Résultat net                                                                                                                        | –              | –               | –                         | 146 938          | <b>146 938</b>                                  | 23 258                                                    | <b>170 196</b>   |
| Part du résultat saisi directement dans les fonds propres des sociétés associées / coentreprises                                    | –              | –               | –                         | 2 757            | <b>2 757</b>                                    | –                                                         | <b>2 757</b>     |
| Fluctuation de valeur des couvertures / investissements financiers                                                                  | –              | –               | –                         | (2 475)          | <b>(2 475)</b>                                  | –                                                         | <b>(2 475)</b>   |
| Bénéfices/(pertes) actuariels                                                                                                       | –              | –               | –                         | 121 737          | <b>121 737</b>                                  | 135                                                       | <b>121 872</b>   |
| Différences de conversion                                                                                                           | –              | –               | 5 124                     | –                | <b>5 124</b>                                    | 294                                                       | <b>5 418</b>     |
| Effets de l'impôt sur les bénéfices                                                                                                 | –              | –               | (825)                     | (25 078)         | <b>(25 903)</b>                                 | (28)                                                      | <b>(25 932)</b>  |
| <b>Résultat net total</b>                                                                                                           | <b>–</b>       | <b>–</b>        | <b>4 299</b>              | <b>243 879</b>   | <b>248 177</b>                                  | <b>23 660</b>                                             | <b>271 837</b>   |
| Affectation des bénéfices                                                                                                           | –              | –               | –                         | (47 684)         | <b>(47 684)</b>                                 | (20 527)                                                  | <b>(68 210)</b>  |
| Achat de parts minoritaires                                                                                                         | –              | –               | –                         | (3 467)          | <b>(3 467)</b>                                  | 1 104                                                     | <b>(2 363)</b>   |
| Vente de parts minoritaires                                                                                                         | –              | –               | –                         | 4 744            | <b>4 744</b>                                    | 3 001                                                     | <b>7 744</b>     |
| Engagements contractuels destinés à l'achat de parts minoritaires                                                                   | –              | –               | –                         | 3 405            | <b>3 405</b>                                    | –                                                         | <b>3 405</b>     |
| Rémunérations basées sur des actions                                                                                                | –              | –               | –                         | 1 431            | <b>1 431</b>                                    | –                                                         | <b>1 431</b>     |
| (Achat)/vente actions propres                                                                                                       | –              | (384)           | –                         | –                | <b>(384)</b>                                    | –                                                         | <b>(384)</b>     |
| <b>État au 31 décembre 2017</b>                                                                                                     | <b>106 000</b> | <b>(1 635)</b>  | <b>(2 671)</b>            | <b>1 629 858</b> | <b>1 731 552</b>                                | <b>238 028</b>                                            | <b>1 969 580</b> |
| Effet de la modification «Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients» IFRS 15 <sup>1</sup>        | –              | –               | –                         | 11 588           | <b>11 588</b>                                   | –                                                         | <b>11 588</b>    |
| <b>État au 1er janvier 2018 après introduction de l'IFRS 15 «Produits des activités tirés de contrats conclus avec des clients»</b> | <b>106 000</b> | <b>(1 635)</b>  | <b>(2 671)</b>            | <b>1 641 447</b> | <b>1 743 141</b>                                | <b>238 028</b>                                            | <b>1 981 168</b> |

|                                                                                                  |                |                |                |                  |                  |                |                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| Résultat net                                                                                     | –              | –              | –              | 96 466           | <b>96 466</b>    | 33 071         | <b>129 537</b>   |
| Part du résultat saisi directement dans les fonds propres des sociétés associées / coentreprises | –              | –              | –              | 39               | <b>39</b>        | –              | <b>39</b>        |
| Fluctuation de valeur des couvertures / investissements financiers                               | –              | –              | –              | (1 885)          | <b>(1 885)</b>   | –              | <b>(1 885)</b>   |
| Bénéfices/(pertes) actuariels                                                                    | –              | –              | –              | (29 082)         | <b>(29 082)</b>  | 74             | <b>(29 008)</b>  |
| Différences de conversion                                                                        | –              | –              | (2 636)        | –                | <b>(2 636)</b>   | (130)          | <b>(2 766)</b>   |
| Effets de l'impôt sur les bénéfices                                                              | –              | –              | 387            | 6 503            | <b>6 890</b>     | (16)           | <b>6 874</b>     |
| <b>Résultat net total</b>                                                                        | <b>–</b>       | <b>–</b>       | <b>(2 249)</b> | <b>72 041</b>    | <b>69 792</b>    | <b>32 999</b>  | <b>102 791</b>   |
| Affectation des bénéfices                                                                        | –              | –              | –              | (47 648)         | <b>(47 648)</b>  | (22 857)       | <b>(70 505)</b>  |
| Variation des sociétés consolidées                                                               | –              | –              | –              | –                | –                | 81 286         | <b>81 286</b>    |
| Achat de parts minoritaires                                                                      | –              | –              | –              | (2 436)          | <b>(2 436)</b>   | 615            | <b>(1 822)</b>   |
| Vente de parts minoritaires                                                                      | –              | –              | –              | 313              | <b>313</b>       | 9 767          | <b>10 081</b>    |
| Rémunérations basées sur des actions                                                             | –              | –              | –              | 599              | <b>599</b>       | –              | <b>599</b>       |
| (Achat)/vente actions propres                                                                    | –              | (1 944)        | –              | –                | <b>(1 944)</b>   | –              | <b>(1 944)</b>   |
| <b>État au 31 décembre 2018</b>                                                                  | <b>106 000</b> | <b>(3 579)</b> | <b>(4 920)</b> | <b>1 664 316</b> | <b>1 761 817</b> | <b>339 838</b> | <b>2 101 654</b> |

1 La société associée Swisscom Directories SA a adapté le bilan d'ouverture au 1er janvier 2018 en rapport avec l'introduction de la norme IFRS 15 «Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients»

## Participations

Au 31 décembre 2018, les sociétés du groupe Tamedia englobent:

| Nom                                                                   | Siège          | Monnaie | Capital social<br>(en 000) | Secteur | Méthode de<br>consolidation | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2018 | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2017 |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------|---------|----------------------------|---------|-----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Tamedia SA                                                            | Zurich         | CHF     | 106 000                    | B/P     | V                           | –                                           | –                                           |
| 20 minuti Ticino SA                                                   | Lugano         | CHF     | 300                        | P       | E                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Adextra AG                                                            | Zurich         | CHF     | 100                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| AdAgent AG                                                            | Lucerne        | CHF     | 100                        | P       | E                           | 40,0%                                       | 0,0%                                        |
| autoricardo AG                                                        | Zurich         | CHF     | 100                        | M       | V                           | 50,0%                                       | 0,0%                                        |
| GOWAGO SA                                                             | Zurich         | CHF     | 126                        | M       | E                           | 36,7%                                       | 20,0%                                       |
| Basler Zeitung AG                                                     | Bâle           | CHF     | 100                        | B       | V                           | 100,0%                                      | 0,0%                                        |
| Neue Fricktaler Zeitung AG                                            | Rheinfelden    | CHF     | 200                        | B       | E                           | 21,0%                                       | –                                           |
| Presse TV AG                                                          | Zurich         | CHF     | 500                        | P       | E                           | 20,0%                                       | –                                           |
| Metrobasel GmbH                                                       | Bâle           | CHF     | 20                         | B       | E                           | 20,0%                                       | –                                           |
| Book a Tiger Household Services GmbH                                  | Berlin         | EUR     | 139                        | M       | A                           | 3,6%                                        | 3,9%                                        |
| Helpling Switzerland AG<br>(anciennement Book a Tiger Switzerland AG) | Zurich         | CHF     | 111                        | M       | E                           | 50,0%                                       | 40,7%                                       |
| DJ Digitale Medien GmbH                                               | Vienne         | EUR     | 71                         | P       | V                           | 51,0%                                       | 51,0%                                       |
| Doodle AG                                                             | Zurich         | CHF     | 100                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Doodle Deutschland GmbH                                               | Berlin         | EUR     | 250                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Meekan Solutions Ltd.                                                 | Kibutz Shefaim | ILS     | 150                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| DZZ Druckzentrum Zürich AG                                            | Zurich         | CHF     | 100                        | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Edita SA                                                              | Luxembourg     | EUR     | 50                         | P       | E                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Gebraucht.de GmbH                                                     | Berlin         | EUR     | 29                         | M       | A                           | 3,5%                                        | 3,5%                                        |
| Global Impact Finance SA                                              | Lausanne       | CHF     | 168                        | M       | A                           | 13,1%                                       | –                                           |
| Goldbach Group AG                                                     | Küsnacht       | CHF     | 7 614                      | P       | V                           | 100,0% <sup>4</sup>                         | –                                           |
| dreifive AG                                                           | Constance      | EUR     | 75                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Search GmbH <sup>4</sup>                                     | Constance      | EUR     | 25                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| dreifive (Switzerland) AG                                             | Küsnacht       | CHF     | 100                        | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Audience (Switzerland) AG                                    | Küsnacht       | CHF     | 1 091                      | P       | V                           | 50,1%                                       | –                                           |
| Goldbach Austria GmbH                                                 | Vienne         | EUR     | 35                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| dreifive GmbH                                                         | Vienne         | EUR     | 50                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Audience Austria GmbH                                        | Vienne         | EUR     | 35                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Media Austria GmbH                                           | Vienne         | EUR     | 137                        | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Digital Services AG                                          | Küsnacht       | CHF     | 100                        | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |

1 Société simple

2 Liquidée ou en liquidation

3 Sauf indication contraire, la part de voix du groupe correspond à la part de capital du groupe

4 Y compris 1,9 pour cent d'intérêts minoritaires (procédure d'annulation)

5 La part de droits de vote s'élève à 50 pour cent

6 Plus d'activité opérationnelle

7 En constitution

Secteur

B = Médias payants

P = Médias pendulaires et Commercialisation

M = Places de marché et Participations

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

E = Évaluation des fonds propres

A = Évalué à la valeur de marché

| Part de capital<br>groupe 2016                          | Siège      | Monnaie | Capital social<br>(en 000) | Secteur | Méthode de<br>consolidation | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2018 | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2017 |
|---------------------------------------------------------|------------|---------|----------------------------|---------|-----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Goldbach Germany GmbH                                   | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 97,0%                                       | –                                           |
| Goldbach DooH (Germany) GmbH                            | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 97,0%                                       | –                                           |
| Goldbach SmartTV GmbH                                   | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 97,0%                                       | –                                           |
| Goldbach TV (Germany) GmbH                              | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 97,0%                                       | –                                           |
| Goldbach Video GmbH                                     | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 97,0%                                       | –                                           |
| Goldbach Management AG                                  | Küsnacht   | CHF     | 100                        | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| Goldbach Media (Switzerland) AG                         | Küsnacht   | CHF     | 416                        | P       | V                           | 54,0% <sup>5</sup>                          | –                                           |
| AGFS (Arbeitsgemeinschaft Fernsehwerbung<br>Schweiz) AG | Berne      | CHF     | 115                        | P       | E                           | 23,2%                                       | –                                           |
| Goldbach Ost GmbH <sup>6</sup>                          | Munich     | EUR     | 25                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| ARBOmedia GmbH <sup>6</sup>                             | Munich     | EUR     | 3 916                      | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| ARBOmedia Deutschland GmbH <sup>6</sup>                 | Munich     | EUR     | 1 023                      | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| EMI European Media Investment AG <sup>6</sup>           | Munich     | EUR     | 1 000                      | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| IAB Switzerland Services AG <sup>7</sup>                | Zurich     | CHF     | 100                        | P       | E                           | 25,0%                                       | –                                           |
| Jaduda GmbH                                             | Berlin     | EUR     | 29                         | P       | V                           | 100,0%                                      | –                                           |
| swiss radioworld AG                                     | Zurich     | CHF     | 416                        | P       | V                           | 54,0%                                       | –                                           |
| Homegate AG                                             | Zurich     | CHF     | 1 000                      | M       | V                           | 90,0%                                       | 90,0%                                       |
| ImmoStreet.ch SA                                        | Lausanne   | CHF     | 700                        | M       | V                           | 90,0%                                       | 90,0%                                       |
| JobCloud AG                                             | Zurich     | CHF     | 100                        | M       | V                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Jobsuchmaschine AG                                      | Zurich     | CHF     | 100                        | M       | V                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| JoinVision E-Services GmbH                              | Vienne     | EUR     | 50                         | M       | V                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Karriere.at GmbH                                        | Linz       | EUR     | 40                         | M       | E                           | 24,5%                                       | 24,5%                                       |
| firstbird GmbH                                          | Vienne     | EUR     | 49                         | M       | A                           | 6,2%                                        | 6,2%                                        |
| Keystone-sda-ats AG                                     | Berne      | CHF     | 2 857                      | B       | E                           | 24,4%                                       | 29,4%                                       |
| MetroXpress A/S                                         | Copenhague | DKK     | 662                        | P       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| BTMX General Partner ApS                                | Copenhague | DKK     | 50                         | P       | E                           | 30,0%                                       | 30,0%                                       |
| BTMX P/S                                                | Copenhague | DKK     | 1 000                      | P       | E                           | 30,0%                                       | 30,0%                                       |
| MoneyPark AG                                            | Freienbach | CHF     | 426                        | M       | A                           | 4,6%                                        | 4,6%                                        |
| Neo Advertising SA                                      | Genève     | CHF     | 300                        | P       | V                           | 52,3%                                       | 0,0%                                        |
| Newsnet <sup>1</sup>                                    | Zurich     | CHF     | –                          | B       | V                           | 100,0%                                      | 81,3%                                       |
| Olmero AG                                               | Opfikon    | CHF     | 208                        | M       | V                           | 97,7%                                       | 97,7%                                       |
| Picstars AG                                             | Zurich     | CHF     | 169                        | M       | A                           | 6,1%                                        | 7,0%                                        |

1 Société simple

2 Liquidée ou en liquidation

3 Sauf indication contraire, la part de voix du groupe correspond à la part de capital du groupe

4 Y compris 1,9 pour cent d'intérêts minoritaires (procédure d'annulation)

5 La part de droits de vote s'élève à 50 pour cent

6 Plus d'activité opérationnelle

7 En constitution

Secteur

B = Médias payants

P = Médias pendulaires et Commercialisation

M = Places de marché et Participations

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

E = Évaluation des fonds propres

A = Évalué à la valeur de marché

| Nom                                      | Siège           | Monnaie | Capital social<br>(en 000) | Secteur | Méthode de<br>consolidation | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2018 | Part de capital <sup>3</sup><br>groupe 2017 |
|------------------------------------------|-----------------|---------|----------------------------|---------|-----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| ricardo.ch AG                            | Zoug            | CHF     | 200                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| ricardo-shops GmbH <sup>2</sup>          | Weil am Rhein   | EUR     | 25                         | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| ricardo Sàrl                             | Valbonne        | EUR     | 15                         | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| SMD Schweizer Mediendatenbank AG         | Zurich          | CHF     | 108                        | B       | E                           | 33,3%                                       | 33,3%                                       |
| Swissdox AG                              | Zurich          | CHF     | 100                        | B       | E                           | 33,3%                                       | 33,3%                                       |
| Starticket AG                            | Zurich          | CHF     | 913                        | M       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Swisscom Directories AG                  | Zurich          | CHF     | 2 174                      | M       | E                           | 31,0%                                       | 31,0%                                       |
| AdUnit AG                                | Zurich          | CHF     | 100                        | M       | E                           | 31,0%                                       | 31,0%                                       |
| Tagblatt der Stadt Zürich AG             | Zurich          | CHF     | 200                        | B       | V                           | –                                           | 65,0%                                       |
| Tamedia Espace AG                        | Berne           | CHF     | 4 900                      | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| DZB Druckzentrum Bern AG                 | Berne           | CHF     | 9 900                      | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Schaer Thun AG                           | Thoune          | CHF     | 2 250                      | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Berner Oberland Medien AG                | Thoune          | CHF     | 500                        | B       | E                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Thuner Amtsanzeiger <sup>1</sup>         | Thoune          | CHF     | –                          | B       | E                           | 48,0%                                       | 48,0%                                       |
| Tamedia Publications romandes SA         | Lausanne        | CHF     | 7 500                      | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Actua Immobilier SA                      | Carouge         | CHF     | 330                        | B       | E                           | 39,0%                                       | 39,0%                                       |
| CIL Centre d'Impression Lausanne SA      | Lausanne        | CHF     | 10 000                     | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| LC Lausanne Cités SA                     | Lausanne        | CHF     | 50                         | B       | E                           | –                                           | 50,0%                                       |
| Société de Publications Nouvelles SPN SA | Genève          | CHF     | 1 000                      | B       | E                           | –                                           | 50,0%                                       |
| Virtual Network SA                       | Nyon            | CHF     | 100                        | M       | E                           | 20,0%                                       | 20,0%                                       |
| TicinOnline SA                           | Breganzona      | CHF     | 1 100                      | P       | E                           | 25,8%                                       | 25,8%                                       |
| Trendsales ApS                           | Copenhague      | DKK     | 125                        | M       | V                           | 55,6%                                       | 55,6%                                       |
| Trendsales Finland Oy <sup>2</sup>       | Helsinki        | EUR     | 28                         | M       | V                           | –                                           | 55,6%                                       |
| TVtäglich <sup>1</sup>                   | Zurich          | CHF     | –                          | B       | E                           | 50,0%                                       | 50,0%                                       |
| Ultimate Media B&M GmbH                  | Vienne          | EUR     | 35                         | P       | E                           | 25,5%                                       | 25,5%                                       |
| AHVV Verlags GmbH                        | Vienne          | EUR     | 36                         | P       | E                           | 25,5%                                       | 25,5%                                       |
| Verlag Finanz und Wirtschaft AG          | Zurich          | CHF     | 1 000                      | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| Zattoo International AG                  | Zurich          | CHF     | 992                        | M       | E                           | 28,9%                                       | 28,9%                                       |
| Zürcher Oberland Medien AG               | Wetzikon        | CHF     | 1 800                      | B       | E                           | 37,6%                                       | 37,6%                                       |
| Zürcher Regionalzeitungen AG             | Winterthur      | CHF     | 475                        | B       | V                           | 100,0%                                      | 100,0%                                      |
| LZ Linth Zeitung AG                      | Rapperswil-Jona | CHF     | 100                        | B       | E                           | 49,0%                                       | –                                           |

<sup>1</sup> Société simple

<sup>2</sup> liquidée ou en liquidation

<sup>3</sup> Sans mention, la part de voix du groupe correspond à la part de capital du groupe

<sup>4</sup> Y compris 1,9 % d'intérêts minoritaires (procédure d'annulation)

<sup>5</sup> La part des droits de vote s'élève à 50%

<sup>6</sup> Non plus en activité

<sup>7</sup> En fondation

Secteur

B = Médias payants

P = Médias pendulaires et Commercialisation

M = Places de marché  
et participations

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

E = Évaluation des fonds propres

A = Évalué à la valeur de marché

## Actionnaires principaux

| Nom                                                                | 2018 <sup>1</sup>   | 2017 <sup>1</sup>   | 2016 <sup>1</sup> |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Dr Severin Coninx, Berne                                           | 13,20%              | 13,20%              | 13,20%            |
| Rena Maya Coninx Supino, Zurich                                    | 12,95%              | 12,95%              | 12,95%            |
| Dr Hans Heinrich Coninx, Küssnacht                                 | 11,93% <sup>2</sup> | 11,93% <sup>2</sup> | 11,93%            |
| Annette Coninx Kull, Wettswil a.A.                                 | 11,85% <sup>3</sup> | 11,85% <sup>3</sup> | 11,85%            |
| Ellermann Lawena Stiftung, FL-Vaduz                                | 6,87%               | 6,87%               | 6,94%             |
| Ellermann Pyrit GmbH, D-Stuttgart                                  | 4,31%               | 6,47%               | 6,93%             |
| Ellermann Rappenstein Stiftung, FL-Vaduz                           | 5,86%               | 5,86%               | 5,86%             |
| Autres membres de la convention d'actionnaires                     | 2,14%               | 2,14%               | 2,15%             |
| <b>Total des membres de la convention d'actionnaires</b>           | <b>69,11%</b>       | <b>71,26%</b>       | <b>71,80%</b>     |
| <b>Tweedy Browne Company LLC</b>                                   | <b>4,51%</b>        | <b>4,51%</b>        | <b>4,52%</b>      |
| <b>Regula Hauser-Coninx, Weggis</b>                                | <b>4,63%</b>        | <b>4,63%</b>        | <b>4,63%</b>      |
| Montalto Holding AG, Zoug                                          | 1,83%               | 1,83%               | 1,83%             |
| Epicea Holding AG, Zoug                                            | 1,42%               | 1,42%               | 1,42%             |
| Autres membres du groupe d'actionnaires                            | 0,69%               | 0,69%               | 0,69%             |
| <b>Total des membres du groupe d'actionnaires Reinhardt-Scherz</b> | <b>3,94%</b>        | <b>3,94%</b>        | <b>3,94%</b>      |

<sup>1</sup> Les données au 31 décembre se réfèrent à l'ensemble des 10,6 millions d'actions nominatives émises.

<sup>2</sup> Dont droits d'usufruit sur 393 234 actions nominatives appartenant à Martin Coninx (Männedorf), droits d'usufruit sur 393 233 actions nominatives appartenant à Claudia Isabella Coninx-Kaczynski (Zollikon) et droits d'usufruit sur 393 233 actions nominatives appartenant à Christoph Coninx (Oetwil an der Limmat).

<sup>3</sup> Dont droits d'usufruit sur 586 021 actions nominatives appartenant à Fabia Schulthess (Zurich) et droits d'usufruit sur 586 022 actions nominatives appartenant à Andreas Schulthess (Wettswil).

## Événements importants intervenus après la date de clôture du bilan

### **Zattoo International AG**

Le 28 août 2018, Tamedia a exercé son option d'achat visant à accroître sa participation de manière à détenir la majorité dans Zattoo International AG. Tamedia augmente ses parts dans Zattoo International AG de 20.2 pour cent, de 28.9 pour cent actuellement à 50.1 pour cent.

La transaction doit encore recevoir l'aval de la Commission fédérale de la concurrence. Pour le moment, il n'est donc pas possible de fournir d'indications sur les actifs et les dettes repris lors de la première consolidation.

### **Swisscom Directories SA**

Les parts dans Swisscom Directories SA ont été vendues le 22 janvier 2019. Voir la remarque 16 «Éléments du patrimoine destinés à la cession».





**Tamedia AG**

Werdstrasse 21  
Postfach  
8021 Zürich  
Tel.: +41 (0) 44 248 41 11  
[www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)  
[communication@tamedia.ch](mailto:communication@tamedia.ch)

**Investor Relations**

Tamedia AG  
Sandro Macciachini  
Directeur Finances & Ressources humaines  
Werdstrasse 21  
CH-8021 Zürich  
Tel. +41 (0) 44 248 41 90  
E-Mail [investor.relations@tamedia.ch](mailto:investor.relations@tamedia.ch)  
LEI (Legal Entity Identifier) Tamedia SA: 506700302V28Y6O14985

**Impressum**

Communication d'entreprise (gestion de projet)  
Secrétaire général (coordination Conseil d'administration)  
MADE Identity AG (concept et design)  
Stevan Bukvic Custom Images (photographie)  
MDD Management Digital Data AG, Lenzbourg (production)  
Apostroph Luzern AG (traduction)  
Tamedia (lectorat)  
DZB Druckzentrum Bern AG (impression)

Publications électroniques et téléchargement:  
[www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch), Relations investisseurs, Rapports financiers

Vous pouvez commander le rapport annuel à l'adresse suivante:  
Tamedia AG, Unternehmenskommunikation, Werdstrasse 21, CH-8021 Zürich,  
Tel. +41 (0)44 248 41 90, [communication@tamedia.ch](mailto:communication@tamedia.ch)



