



TX Group SA
Communication d'entreprise

Communiqué

TX Group: progression du chiffre d'affaires; le résultat se situe en-deçà de celui de 2018 en raison des investissements et du recul de la publicité imprimée

En 2019, le produit d'exploitation de TX Group a progressé à 1079.5 millions de francs (6.8 pour cent) du fait des acquisitions. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a, en revanche, baissé de -4.4 pour cent à 196.8 millions de francs. Le résultat d'exploitation avant effets des fusions d'entreprises a reculé à 155.2 millions de francs (-13.5 pour cent), tandis que l'EBIT s'élève à 70.4 millions de francs (-46.5 pour cent). Des investissements ciblés dans le développement des places de marché numériques et dans la transformation des médias payants ont marqué le résultat opérationnel. Celui-ci a aussi été affecté par le recul du marché de la publicité imprimée ainsi que par des dépréciations et amortissements plus élevés sur les fusions d'entreprise. Ainsi, le résultat a reculé à 97.8 millions de francs (-24.5 pour cent). En raison du danger qui pèse actuellement sur la santé de la population et afin de protéger les collaborateurs ainsi que nos invités, nous renonçons à l'organisation d'une conférence de présentation du bilan pour les médias et analystes dans nos locaux. Nous proposons aujourd'hui en lieu et place des conférences téléphoniques.

Zurich, le 10 mars 2020 – Le produit d'exploitation de TX Group a progressé de 6.8 pour cent ou 68.9 millions de francs à 1079.5 millions de francs. L'augmentation du produit d'exploitation s'explique par les changements dans le périmètre de consolidation, notamment par l'acquisition de Zattoo Group en 2019 et les acquisitions antérieures de Basler Zeitung AG, Goldbach Group et Neo Advertising SA, dont le chiffre d'affaires a pu être consolidé sur une année complète en 2019. La croissance excède la diminution structurelle des produits d'exploitation dans l'activité d'édition traditionnelle.

Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a baissé de 9.1 millions de francs, soit 4.4 pour cent, à 196.8 millions de francs. La marge EBITDA est ainsi passée de 20.4 pour cent lors de l'exercice précédent à 18.2 pour cent. Cette baisse s'explique par les investissements ciblés dans le développement des plateformes d'annonces et des places de marché numériques. Ces investissements se sont traduits par une amélioration des indicateurs de performance opérationnelle des différentes plateformes numériques. Par exemple, les transactions des particuliers sur Ricardo ont augmenté en moyenne de 8 pour cent et les plateformes d'emploi JobCloud ont connu une augmentation significative de 36 pour cent des sessions. Chez Homegate, le nombre moyen de propriétés listées a augmenté de 19 pour cent, tandis que l'augmentation à la plateforme de petites annonces Tutti a été de 17 pour cent. La plateforme de programmation Doodle a introduit une solution professionnelle au cours de l'année considérée et a déjà gagné une cinquantaine de clients dans le monde entier. La transformation numérique des médias payants a en outre été accélérée. De nouveaux formats audio et vidéo ont notamment été introduits, les sites web fondamentalement modernisés et le processus d'achat simplifié sur les plateformes d'information numériques. En conséquence, le nombre d'abonnements numériques a également évolué de manière positive, avec une augmentation encore insatisfaisante de 19 pour cent. Dans l'ensemble, l'offre numérique du groupe TX a représenté la moitié des ventes et environ quatre cinquièmes du résultat au cours de l'année considérée.

Le résultat opérationnel (EBIT) a diminué de 46.5 pour cent ou 61.2 millions de francs et se monte désormais à 70.4 millions de francs. Les principaux moteurs de cette évolution sont l'augmentation des amortissements, les amortissements résultant des fusions d'entreprise ainsi que la saisie des dépréciations sur goodwill dans le domaine des médias payants. En comparaison avec l'exercice précédent, les amortissements courants enregistrent une augmentation de 15.2 millions de francs à 41.5 millions de francs, dont 12.1 millions de francs suite aux amortissements des droits de jouissance activés dans le cadre de la norme IFRS 16, pris en compte pour la première fois. L'augmentation des amortissements résultant de fusions d'entreprises de 14.5 millions de francs à 60.1 millions de francs est notamment due à la prise en compte, pour la première fois sur une année complète, des sociétés Basler Zeitung AG, Goldbach Group et Neo Advertising SA acquises en 2018 et de Zattoo Group repris en 2019. Compte tenu de la vérification annuelle du goodwill, des dépréciations sur goodwill à hauteur de 24.7 millions de francs ont été saisies dans le domaine des médias payants au 31 décembre 2019, alors qu'elles étaient de 2.3 millions de francs l'exercice précédent. La marge EBIT a baissé de 13.0 pour cent l'exercice précédent à 6.5 pour cent. À 97.8 millions de francs, le résultat de l'exercice 2019 est inférieur de 24.5 pour cent, soit 31.8 millions de francs, à celui de l'exercice précédent (129.5 millions de francs).

Christoph Tonini, CEO, résume ainsi l'exercice 2019 de TX Group: «Les tendances existantes sur le marché de la publicité en direction des GAFA (Google, Amazon, Facebook et Apple) s'accroissent, de nouveaux concurrents internationaux réussissent à se positionner sur le marché suisse et le développement des possibilités techniques accentue le risque de disruption. Dans ce contexte, nous poursuivons avec force le développement technique de nos plateformes d'information ainsi que des places de marché numériques. Les investissements humains et technologiques élevés ainsi que le recul du marché publicitaire ont débouché sur un résultat nettement moins élevé en comparaison avec l'exercice précédent.»

Chiffres clés	2019 en mio. CHF	2018 en mio. CHF	Variation en pour cent
TX Group			
Revenus	1 079.5	1 010.6	6.8
Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)	196.8	205.9	-4.4
Marge (en pour cent)	18.2	20.4	-10.5
Résultat opérationnel avant effets de regroupement d'entreprises	155.2	179.5	-13.5
Résultat opérationnel (EBIT)	70.4	131.6	-46.5
Marge (en pour cent)	6.5	13.0	-49.9
Résultat net	97.8	129.5	-24.5
Part des actionnaires de TX Group	64.8	96.5	-32.9
Cash flow opérationnel	169.2	187.7	-9.9
Total du Bilan ¹	2 955.5	2 948.4	0.2
Degré d'autofinancement (en pour cent) ²	73.6	71.3	3.3
Médias payants*			
Revenus	551.5	579.2	-4.8
dont intersegment	38.6	45.4	-15.0
EBITDA	43.9	49.7	-11.8
Marge EBITDA (en pour cent) ³	8.0	8.6	-7.3
Médias pendulaires et Commercialisation*			
Revenus	300.9	240.8	24.9
dont intersegment	7.1	4.7	52.5
EBITDA	73.9	59.7	23.8
Marge EBITDA (en pour cent) ³	24.6	24.8	-0.8
Places de marché et Participations*			
Revenus	286.7	252.8	13.4
dont intersegment	13.8	12.1	14.2
EBITDA	83.9	104.7	-19.9
Marge EBITDA (en pour cent) ³	29.2	41.4	-29.4
Effectif			

moyen des collaborateurs ⁴	3 662	3 330	10.0
Dividende par action (en CHF)	3.50 ⁵	4.50	-22.2

* Les chiffres de la période précédente ont été ajustés suite à l'introduction d'un nouveau concept de fonctionnement et de gestion

¹ au 31.12.2019

² Fonds propres en relation aux Actifs

³ La marge se réfère au revenus

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

⁵ Demande du Conseil d'administration

Indicateurs de performance alternatifs

TX Group utilise les indicateurs de performance alternatifs suivants:

- Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)
- Résultat d'exploitation avant effets des fusions d'entreprises
- Compte de résultat consolidé normalisé

Des informations détaillées sur la composition des indicateurs de performance alternatifs sont disponibles sous www.tx.group/indicateurs-de-performance

Médias payants: le recul du marché de la publicité imprimée et les investissements dans les plateformes d'information numériques plombent le résultat

En 2019, les revenus du secteur Médias payants à l'égard de tiers a baissé de 3.9 pour cent, à 512.9 millions de francs (exercice précédent: 533.8 millions de francs). Cette diminution des revenus s'explique par le recul structurel du marché de la publicité dans les médias imprimés. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a par conséquent baissé de 11.8 pour cent, à 43.9 millions de francs (exercice précédent: 49.7 millions de francs), ce qui s'est également répercuté sur la marge EBITDA, qui s'élève désormais à 8.0 pour cent (exercice précédent: 8.6 pour cent). Le résultat opérationnel avant effets des fusions d'entreprises (EBIT (adj.)) ressort à 16.2 millions de francs (exercice précédent: 29.5 millions de francs), soit une marge EBIT (adj.) de 2.9 pour cent.

Médias pendulaires et Commercialisation: pour la première fois, Goldbach a été pris en compte sur une année complète

En 2019, les revenus du secteur Médias pendulaires et Commercialisation à l'égard de tiers a augmenté de 24.4 pour cent, à 293.7 millions de francs (exercice précédent: 236.1 millions de francs). La hausse significative des revenus est principalement due à la prise en compte du premier exercice complet de la société de commercialisation Goldbach. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a de ce fait progressé de 23.8 pour cent pour atteindre 73.9 millions de francs (exercice précédent: 59.7 millions de francs). La marge EBITDA est pratiquement inchangée à 24.6 pour cent (exercice précédent: 24.8 pour cent). Le résultat opérationnel avant effets des fusions d'entreprises s'est élevé à 67.9 millions de francs (exercice précédent: 57.8 millions de francs), soit une marge EBIT (adj.) de 22.6 pour cent.

Places de marché et Participations: des investissements ciblés et la vente d'une participation se traduisent par une baisse du résultat par rapport à l'exercice précédent

En 2019, les revenus du secteur Places de marché et Participations à l'égard de tiers a baissé de 13.4 pour cent, à 272.9 millions de francs (exercice précédent: 240.7 millions de francs). Cette croissance des revenus est due à une croissance organique et à la consolidation initiale de Zattoo. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a de ce fait baissé de 19.9 pour cent pour s'établir à 83.9 millions de francs (exercice précédent: 104.7 millions de francs). La marge EBITDA est ressortie à 29.2 pour cent (exercice précédent: 41.4 pour cent). Cette évolution se caractérise notamment par des investissements dans des collaborateurs supplémentaires pour le développement des plateformes numériques, des investissements dans Carforyou et la vente de la participation dans Swisscom Directories. Le résultat opérationnel avant effets des fusions d'entreprises s'est ainsi élevé à 76.0 millions de francs (exercice précédent: 100.4 millions de francs), soit une marge EBIT (adj.) de 26.5 pour cent.

Nouvelle segmentation dès l'exercice 2020

TX Group adaptera ses informations sur les segments avec la publication du résultat semestriel le 25 août 2020. Celles-ci reflèteront alors la nouvelle structure d'organisation avec quatre entreprises autonomes. Les cinq segments suivants seront présentés dès l'exercice 2020 sous revue: Tamedia (médias payants et services d'édition), 20 minutes (médias pendulaires en Suisse et à l'étranger), Goldbach (commercialisation publicitaire), TX Markets (plateformes d'annonces et places de marché) et Group and Ventures (participations, informatique, Group et Corporate Services ainsi que le portefeuille immobilier).

Rapport qualité 2019

Tamedia a initié en 2017 un monitoring de qualité régulier pour tous ses médias. Une fois par an, l'offre journalistique de chaque rédaction est examinée en collaboration avec sa rédaction en chef et une experte ou expert indépendant externe. Les résultats sont publiés dans un rapport annuel de qualité. Vous trouverez le rapport 2019 ci-joint.

Informations pour les médias et les analystes

En raison du danger qui pèse actuellement sur la santé de la population et afin de protéger les collaborateurs ainsi que nos invités, nous renonçons à l'organisation d'une conférence de présentation du bilan pour les médias et analystes dans nos locaux. Nous proposons en revanche aujourd'hui en lieu et place des conférences téléphoniques. L'information téléphonique aux médias a lieu aujourd'hui, mardi 10 mars 2020, à 10 heures. Par ailleurs, une téléconférence en anglais est organisée spécifiquement pour les analystes et investisseurs; elle débutera à 12 heures. Le numéro d'accès aux deux conférences est le suivant: +41 58 310 50 00. Veuillez vous connecter quelques minutes

avant le début de la conférence. Une téléconférence en anglais sera, au besoin, proposée le lendemain pour les investisseurs et analystes d'outre-Atlantique.

Informations concernant l'Assemblée générale 2020

L'Assemblée générale ordinaire de TX Group SA se tiendra le vendredi 3 avril 2020 à 15 heures au Lake Side, Bellerivestrasse 170, 8008 Zurich.

Contact

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

A propos de TX Group

TX Group est un réseau de plateformes numériques en Suisse qui propose quotidiennement de l'information, des repères, des services et du divertissement à ses utilisatrices et utilisateurs. TX Group chapeaute quatre entreprises indépendantes: TX Markets englobe les plateformes numériques rubriques et places de marché; Goldbach est active dans la commercialisation publicitaire en Suisse, en Allemagne et en Autriche; 20 minutes est l'entreprise pour les médias pendulaires en Suisse et à l'étranger; Tamedia assure le développement futur des quotidiens, hebdomadaires et magazines.

www.tx.group