

TX

Résultats annuels 2019

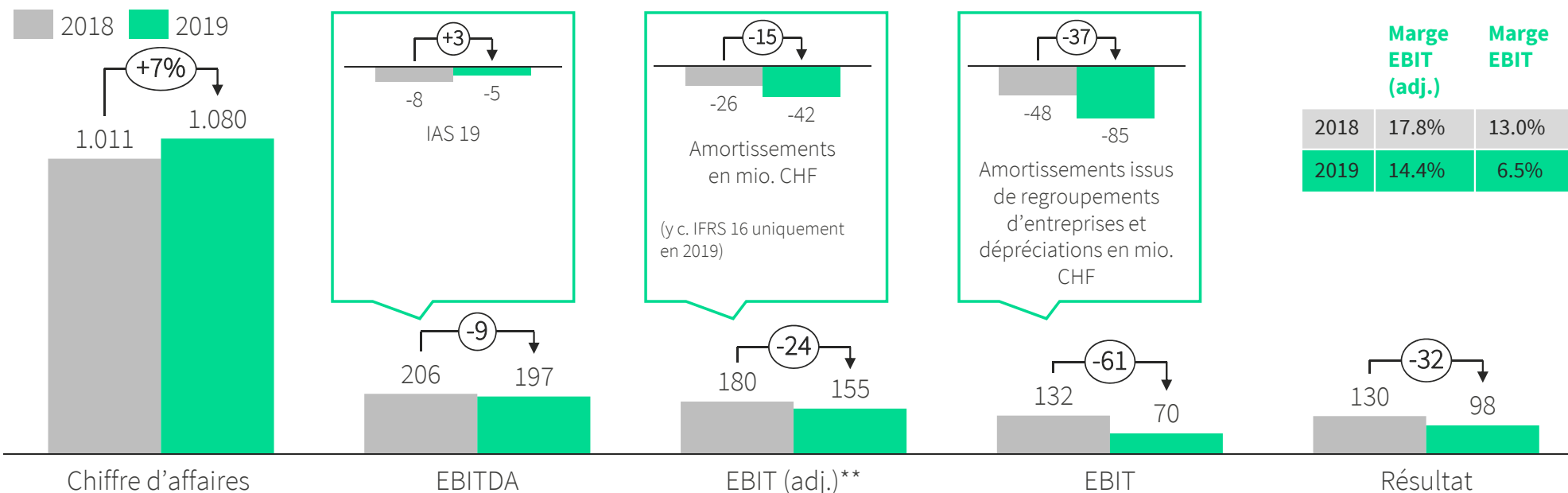
Conférence destinée aux médias et aux analystes

Pietro Supino
Président & Editeur

Christoph Tonini

Président de la Direction générale

Régression du résultat d'exploitation – hausse des amortissements issus de regroupements d'entreprises et dépréciations



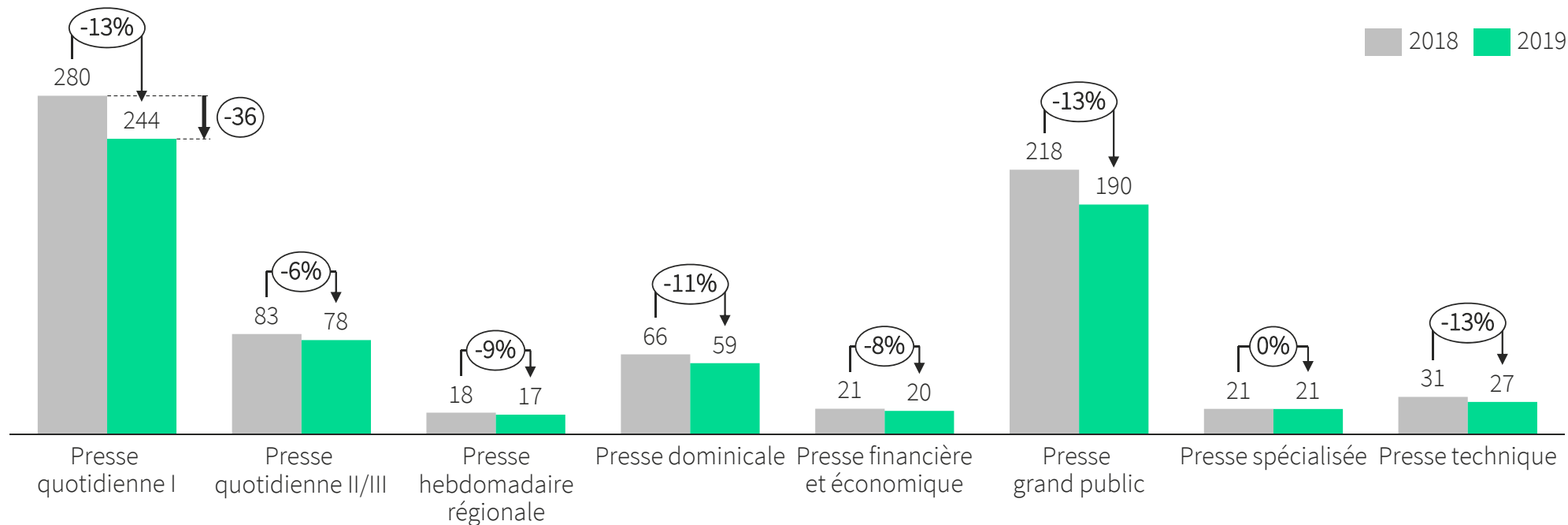
Chiffre d'affaires et résultat 2019 en mio. CHF

*En raison de l'introduction du nouveau standard IFRS 16, le résultat d'exploitation 2019 avant amortissements (EBITDA) est supérieur de 12,1 mio. CHF.

** Résultat opérationnel avant effets de regroupement d'entreprises



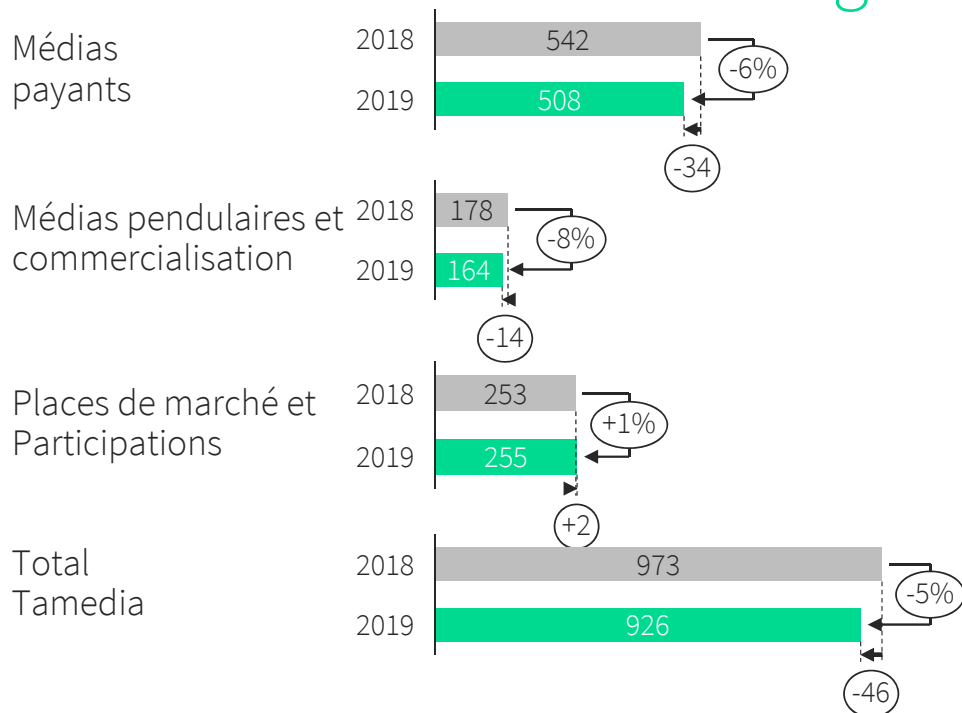
Publicité Print globalement en recul – les journaux suprarégionaux sont particulièrement touchés



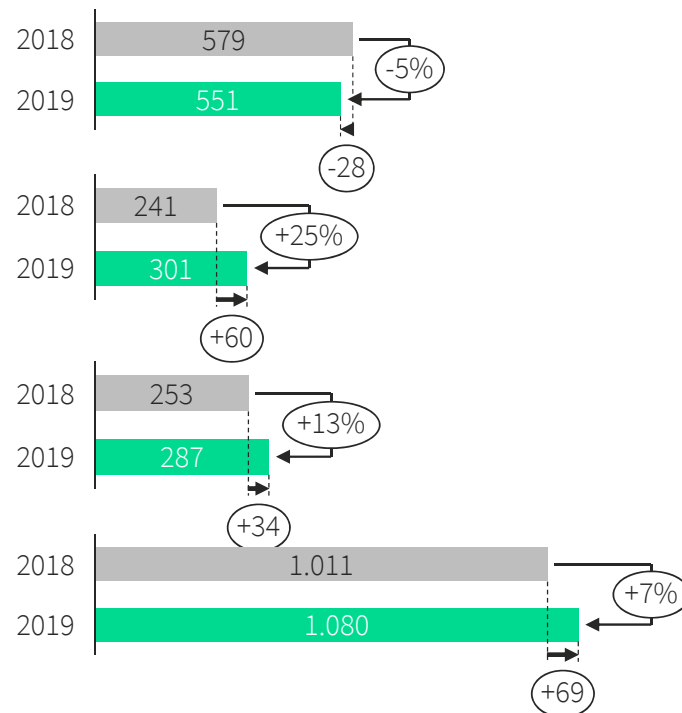
Recettes publicitaires nettes du secteur de la publicité Print par rapport à l'année précédente en mio. CHF

Croissance de 7 % des chiffre d'affaires liés aux acquisitions

Recul du chiffre d'affaires organique de 5 %



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



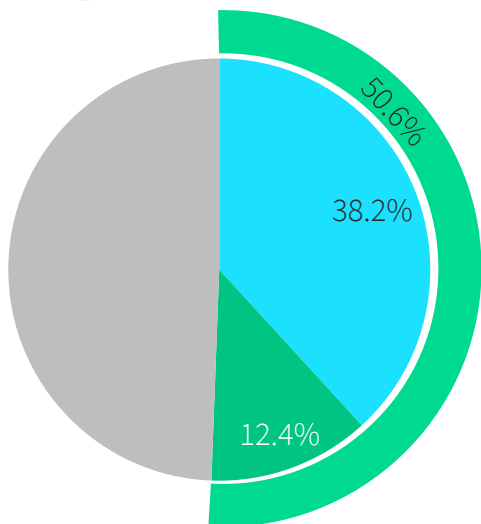
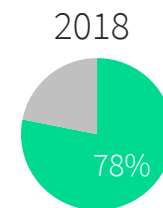
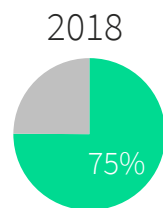
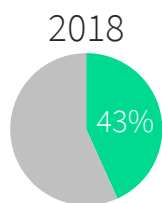
Croissance du chiffre d'affaires consolidé en mio. CHF

*Produits ayant été pris en compte 12 mois dans la consolidation, aussi bien en 2018 qu'en 2019

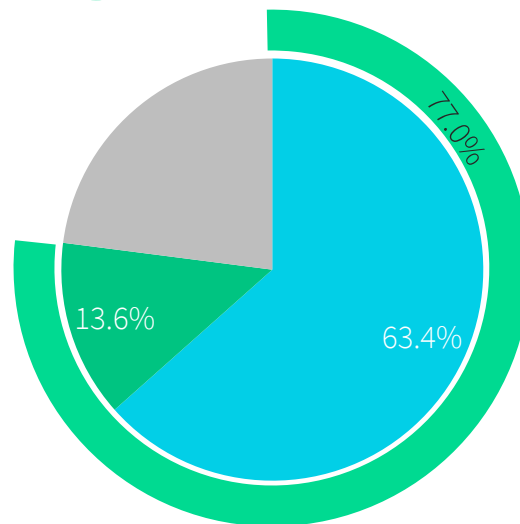


Offres numériques : 51 % du CdA et 84 % de l'EBIT (adj.)

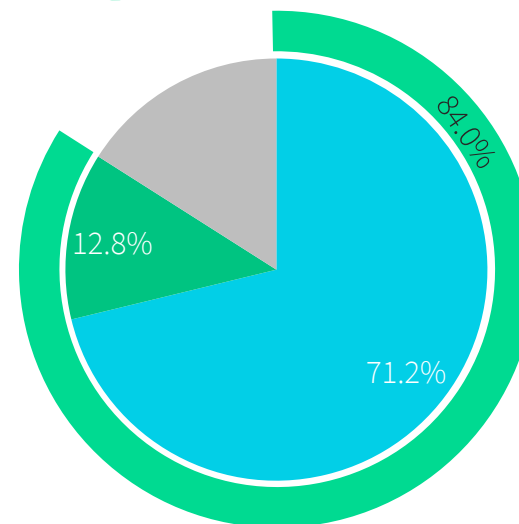
- Places de marché et Particip./Commercialisation
- Publications Digital
- Publications Print



2019
Part en pour cent des offres numériques au chiffre d'affaires pro forma



2019
Part en pour cent des offres numériques à l'EBITDA

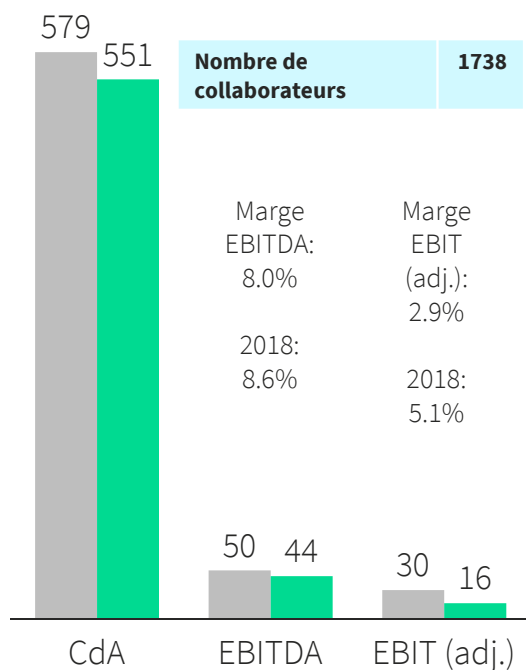


2019
Part en pour cent des offres numériques à l'EBIT(adj.)

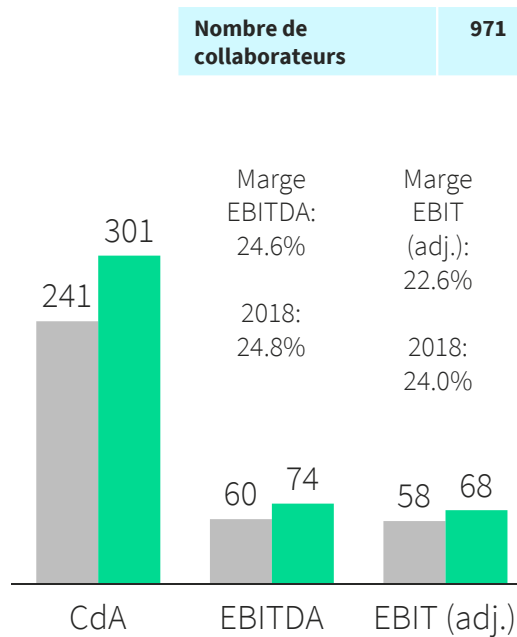
La charge liée à la prévoyance du personnel issue d'IAS 19 a été allouée par segment en fonction du compte principal

Baisse de l'EBIT (adj.) des places de marché, notamment en raison d'investissements dans les plateformes

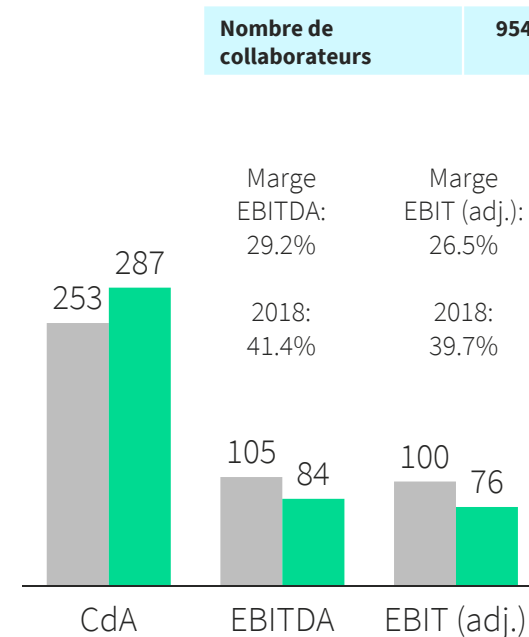
2018 2019



Médias payants en mio. CHF



Médias pendulaires et Commercialisation en mio. CHF



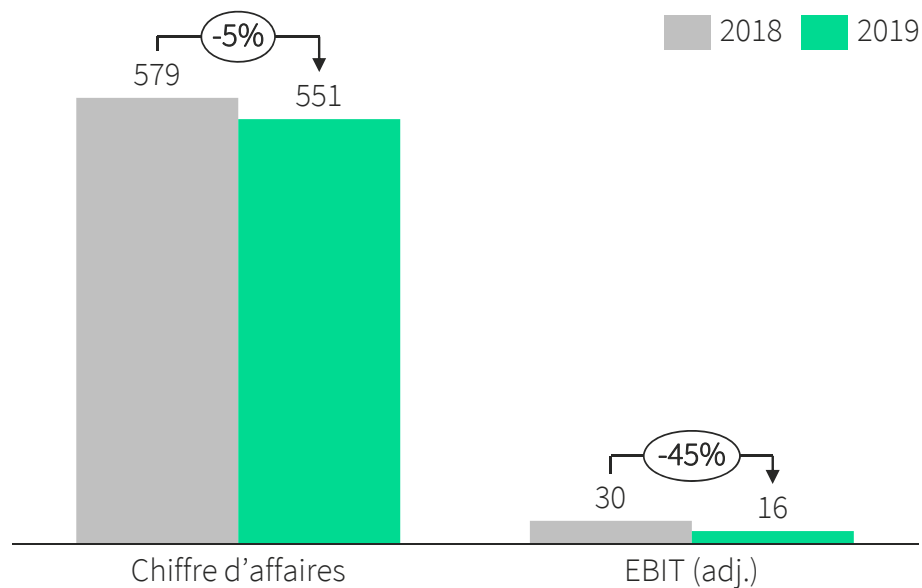
Places de marché et Participations en mio. CHF

*Les valeurs de la période précédente ont été adaptées à la suite de l'introduction d'un concept d'exploitation et de pilotage.



Médias payants

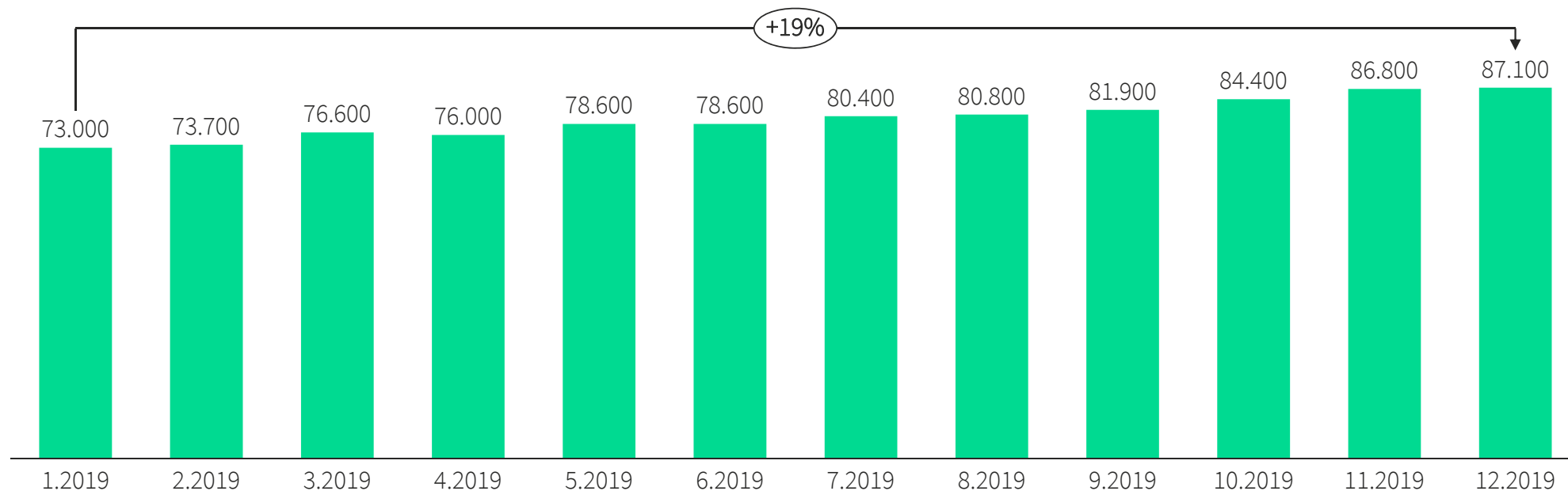
L'EBIT (adj.) a pratiquement baissé de moitié en comparaison avec l'année passée



- Le marché publicitaire affiche une nouvelle forte régression au niveau des journaux suprarégionaux et magazines grand public
- Investissements dans les domaines des formats audio et vidéo ainsi que du développement des médias payants numériques en général
- Nouvelle croissance des abonnements numériques
- Vente du magazine féminin Annabelle

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

Croissance des abonnements numériques de 19 %



Progression des souscriptions d'abonnements numériques en 2018/2019



Introduction d'une nouvelle offre numérique d'ici l'été

En été 2020, une nouvelle offre numérique remplacera la gamme d'offres actuelles

- Les utilisateurs ont été étroitement impliqués dans la conception de l'offre :

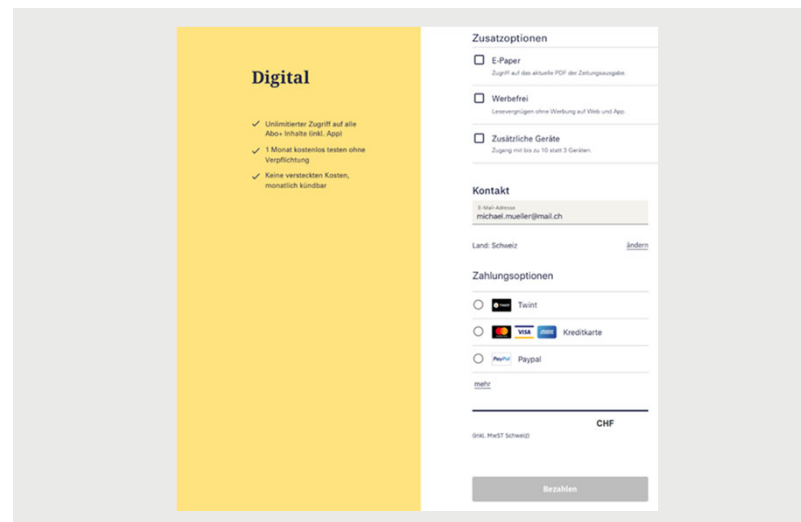
Digital CHF 15.- / mois

- ✓ Abo+ Tages-Anzeiger Web & App
- ✓ Utilisation jusqu'à 3 appareils

- Utilisation jusqu'à 10 appareils (+ CHF 3.-)
- Sans publicité et sans suivi publicitaire (+ CHF 4.-)
- E-paper (+ CHF 10.-)

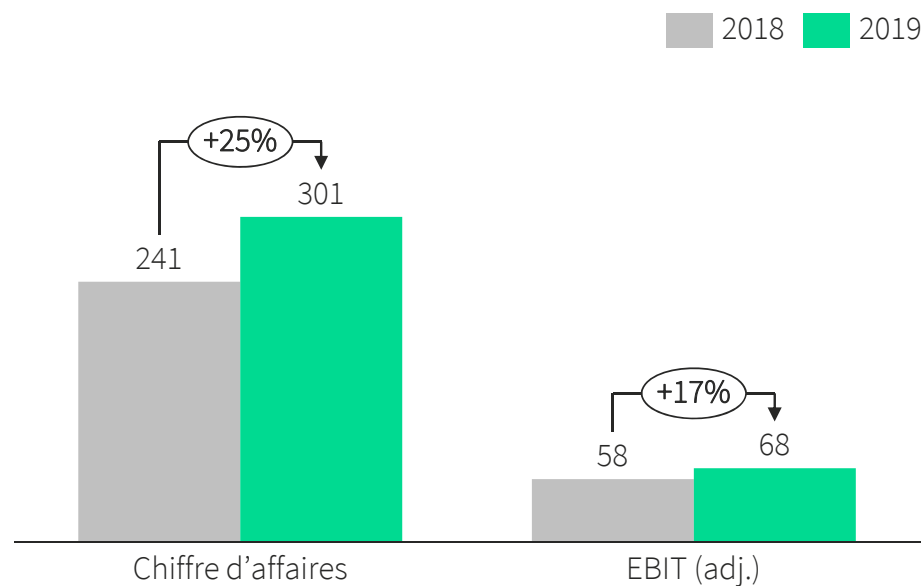
Le processus de vente simplifié sera désormais aussi déployé pour la nouvelle offre numérique :

- Processus d'achat simplifié à deux clics



Médias pendulaires et Commercialisation

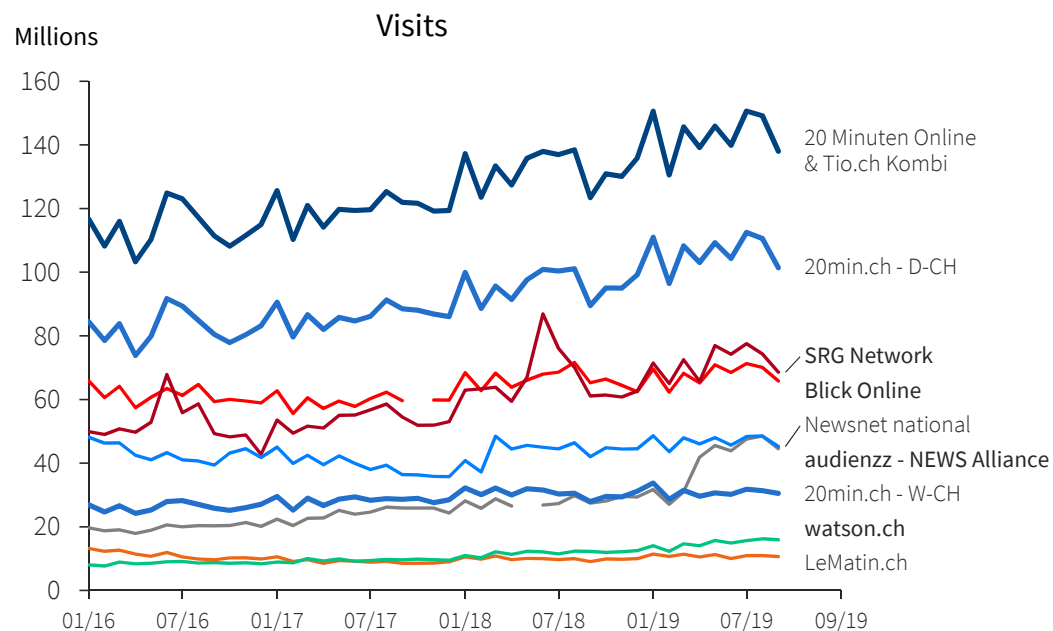
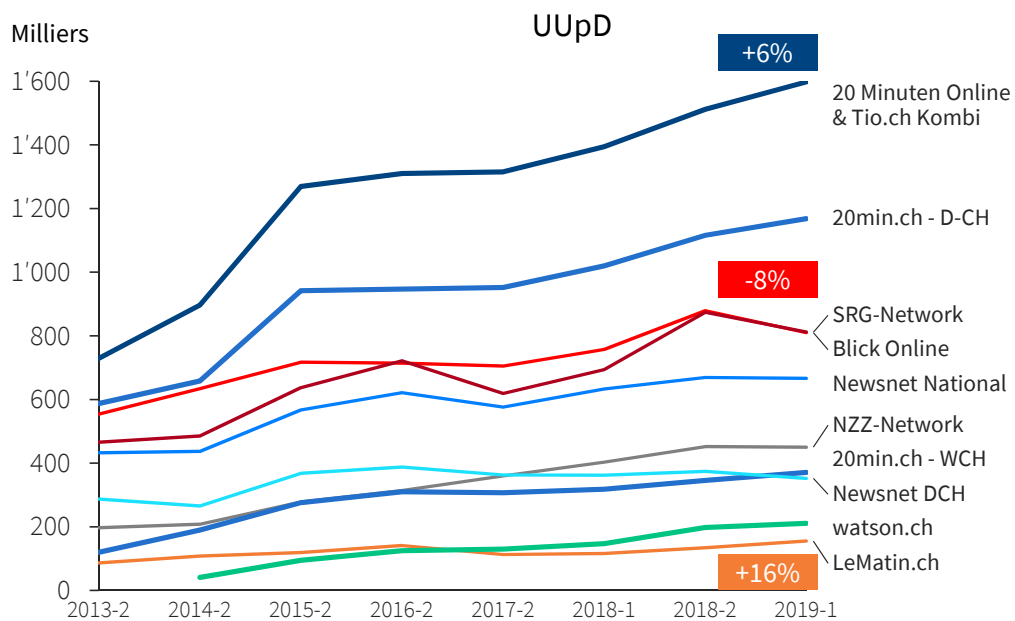
Croissance du chiffre d'affaires et du résultat grâce à Goldbach



- Augmentation du chiffre d'affaires et EBIT (adj.) en raison de la première prise en considération annuelle de Goldbach
- 20 Minuten fête ses 20 ans en Suisse alémanique
- Goldbach a acquis de nouveaux inventaires publicitaires
- Lancement de la radio 20 Minutes
- Développement des comptes rendus vidéo et audio
- 20 Minutes Friday sera développé sous forme de produit numérique

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

20 minutes enregistre une excellente progression des utilisateurs



Traffic 20 minutes vs. concurrents



Goldbach a pu acquérir de nouveaux mandats ; intégration de Neo Advertising achevée

- Reprise du mandat de commercialisation pour l'ensemble du portefeuille TV de CH Media (3+, 4+ et 5+ ainsi que TV24, TV25 et S1)
- Goldbach Austria a repris la commercialisation numérique de heute.at
- Tamedia Advertising intégrée depuis le début de l'année dans Goldbach Publishing
- Goldbach a remporté pour la huitième fois consécutive l'Horizont Medien Award

GOLDBACH

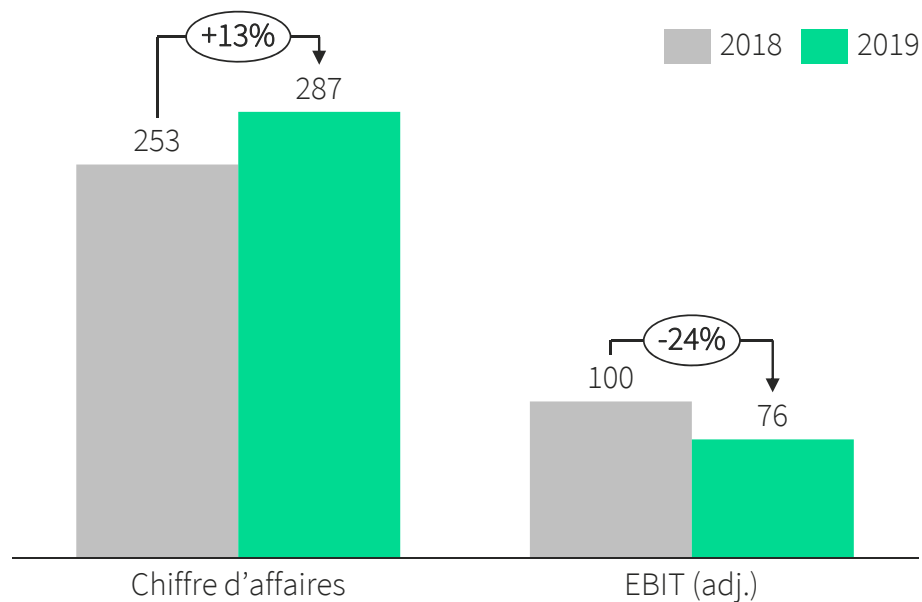
- Intégration de Neo Advertising dans Goldbach
- Supplément pour l'exploitation des surfaces Public-Display en ville de Berne



neo advertising

Places de marché et Participations

Les investissements dans le développement des plateformes entraînent une baisse du résultat opérationnel

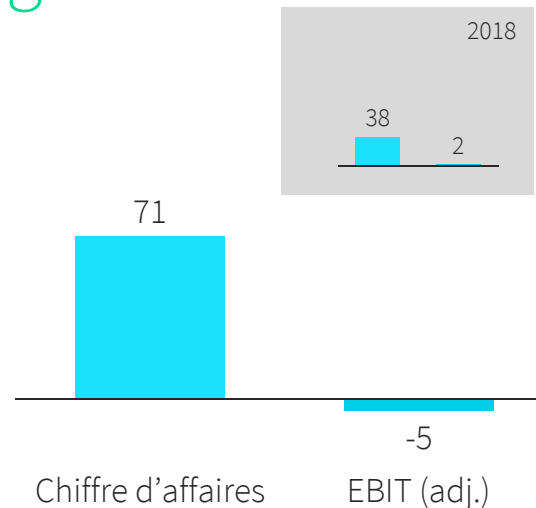
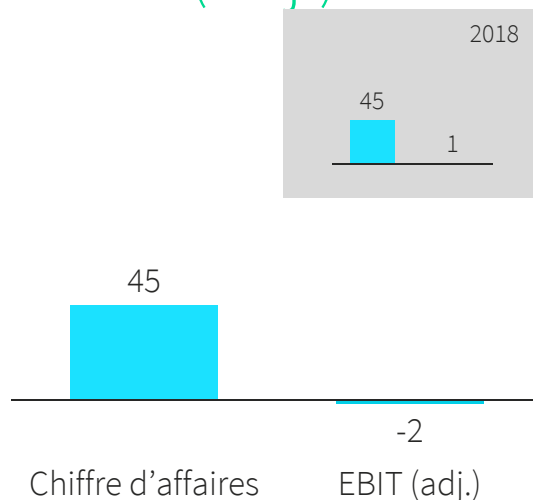
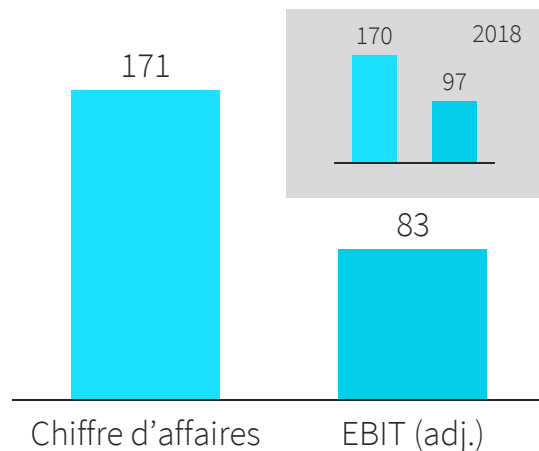


- Croissance du chiffre d'affaires en raison de la première prise en considération annuelle de Zattoo ainsi que de la croissance organique de JobCloud
- Régression du résultat en raison des investissements dans le développement des plateformes afin de prévenir une éventuelle disruption
- Les investissements se reflètent dans l'amélioration des indices de performance non-financiers
- Vente de la participation dans LocalSearch au début 2019 et de Starticket à fin 2019

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

Classifieds avec marge EBIT (adj.) élevée malgré les investissements

en mio. CHF



EBIT (adj.)*-Marge: 48.7 %

Classifieds 2019

EBIT (adj.)*-Marge: -4.0 %

Marketplaces 2019

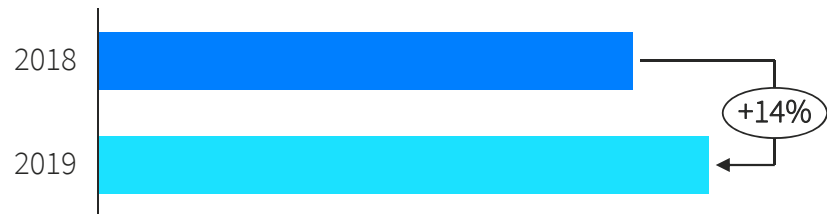
EBIT (adj.)*-Marge: -7.3 %

Services & Ventures 2019

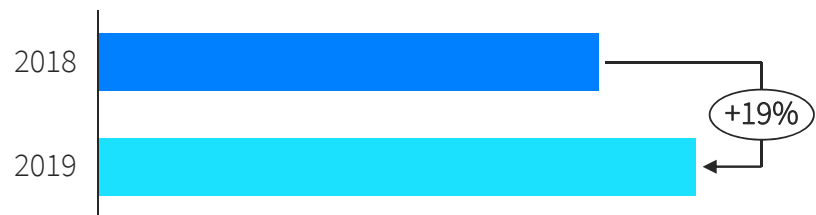
*Résultat avant les effets issus des regroupements d'entreprises sans éliminations IC

Croissance à deux chiffres des KPI opérationnels pour Homegate et Jobcloud

X homegate.ch

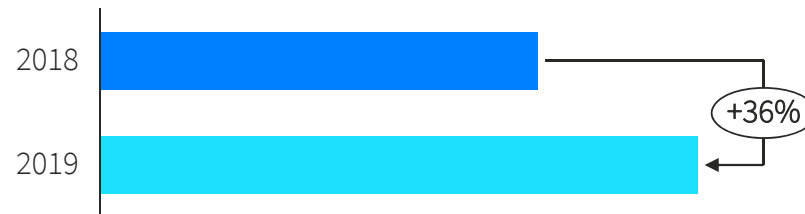


Sessions par mois

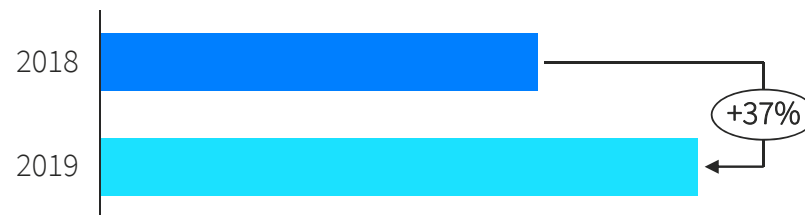


Nombre moyen d'objets listés

JobCLOUD



Sessions par mois

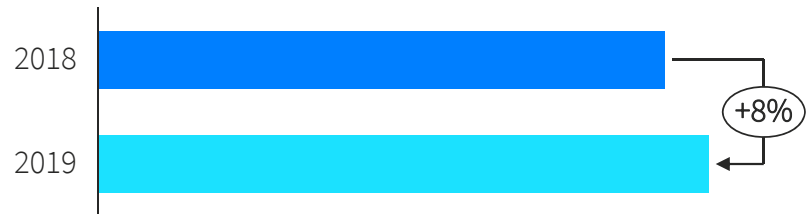


Nombre de Leads par mois

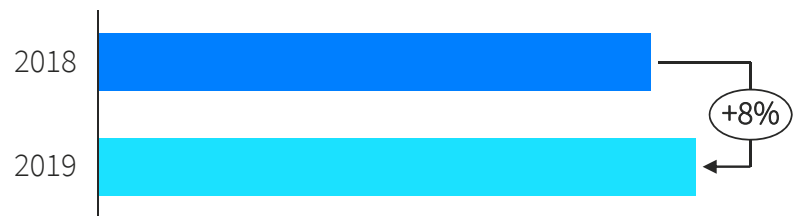
Ricardo: hausse du nombre de sessions et de transactions de 8%

Tutti: croissance de plus de 10%

Ricardo

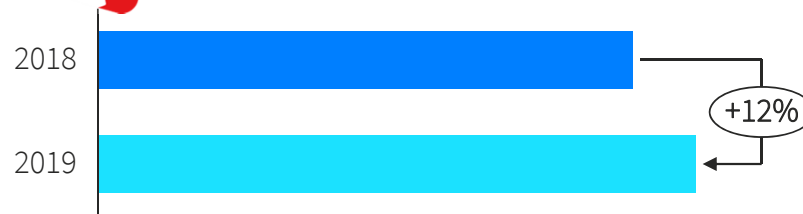


Sessions par mois

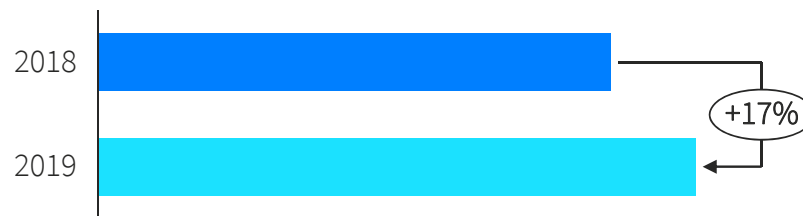


Nombre moyen de transactions de particuliers par mois

tutti.ch



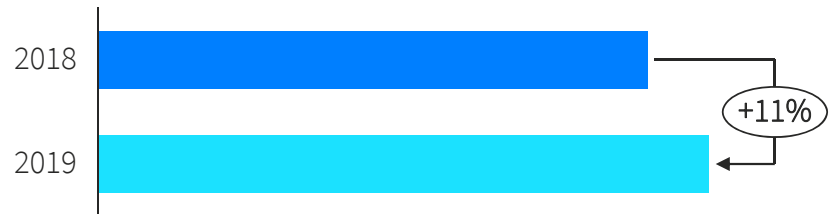
Sessions par mois



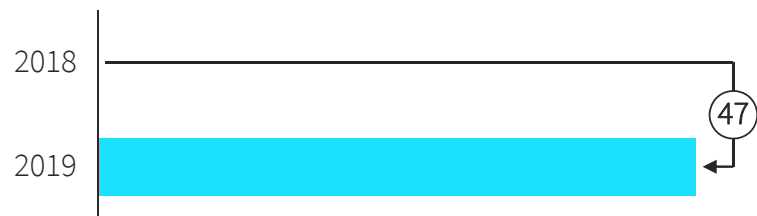
Nombre d'objets listés par mois

Doodle et Zattoo: croissance dans les domaines C2C et B2C

Doodle



Nombre moyen d'utilisateurs par mois

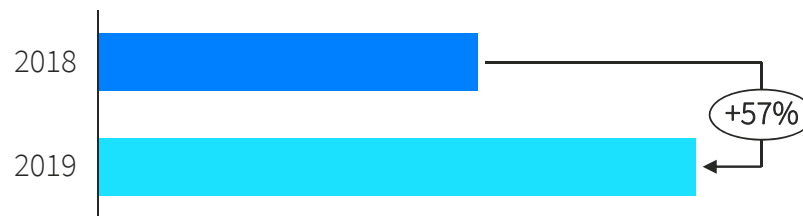


Nombre de clients Business*

ZATTOO



Nombre d'utilisateurs Premium en Allemagne



Nombre de clients Business

*par ex. Slack, Salesforce, New York City Department of Education, ETH, EPFL

Perspectives

TX Group examine l'offre des Services centraux – les entreprises examinent leur propre programme d'efficacité

Situation initiale

- La nouvelle organisation du groupe exige une plus grande autonomie des différentes entreprises
- La direction du groupe conjointement avec les entreprises définissent le catalogue de services
- Dans certains domaines, à l'avenir, les entreprises pourront décider de manière plus flexible de quels services elles souhaitent bénéficier

Objectifs

- Les réductions de coûts seront obtenues en augmentant l'efficacité, la délocalisation ainsi que la flexibilité et la renonciation aux services

TX Group

Situation initiale

- Une plus grande indépendance des entreprises implique aussi une plus grande responsabilité en termes de budget
- Jusqu'ici les mesures d'augmentation de l'efficacité avaient été prises au niveau de la direction du groupe – désormais, les mesures d'augmentation de l'efficacité seront prises par les directions des différentes entreprises

Objectifs

- Les différentes entreprises examinent et prennent des mesures de réduction des coûts

Entreprises

Sandro Macciacchini
Directeur Finances & Ressources humaines

Remarques concernant l'exercice 2019 (1/2)

Changements importants concernant les sociétés/activités consolidées et associées

- Vente de la participation dans Swisscom Directories AG en janvier 2019
- Le 1^{er} avril 2019, Tamedia a repris encore 21,1 % de Zattoo International AG. Avec les parts déjà détenues jusqu'ici de 28,9 %, Tamedia détient désormais une majorité de 50 % des actions
- Le 30 décembre 2019, Tamedia SA a vendu à See Tickets S.A. Paris sa participation de 100 % à la société Starticket AG
- En novembre 2019, Tamedia SA a acquis les activités de la station de Radio Planet 105 de Radio 1 AG

Changements au niveau des principes comptables

Tamedia a introduit les normes et interprétations suivantes (nouvelles ou révisées) :

- IFRS 16, « Contrats de location » – 2019
- IAS 19, « Changement, abaissement ou compensation de plan » (amendement d'IAS 19, « Avantages du personnel » – 2019)
- IFRS 9, « Caractéristiques de remboursement anticipé avec rémunération négative » (amendement d'IFRS 9, « Instruments financiers » – 2019)
- IAS 28, « Participations à long terme dans des entreprises associées et des coentreprises » (amendement d'IAS 28, « Participation dans des entreprises associées et coentreprises » – 2019)
- IFRIC 23, « Incertitude relative aux traitements fiscaux » – 2019

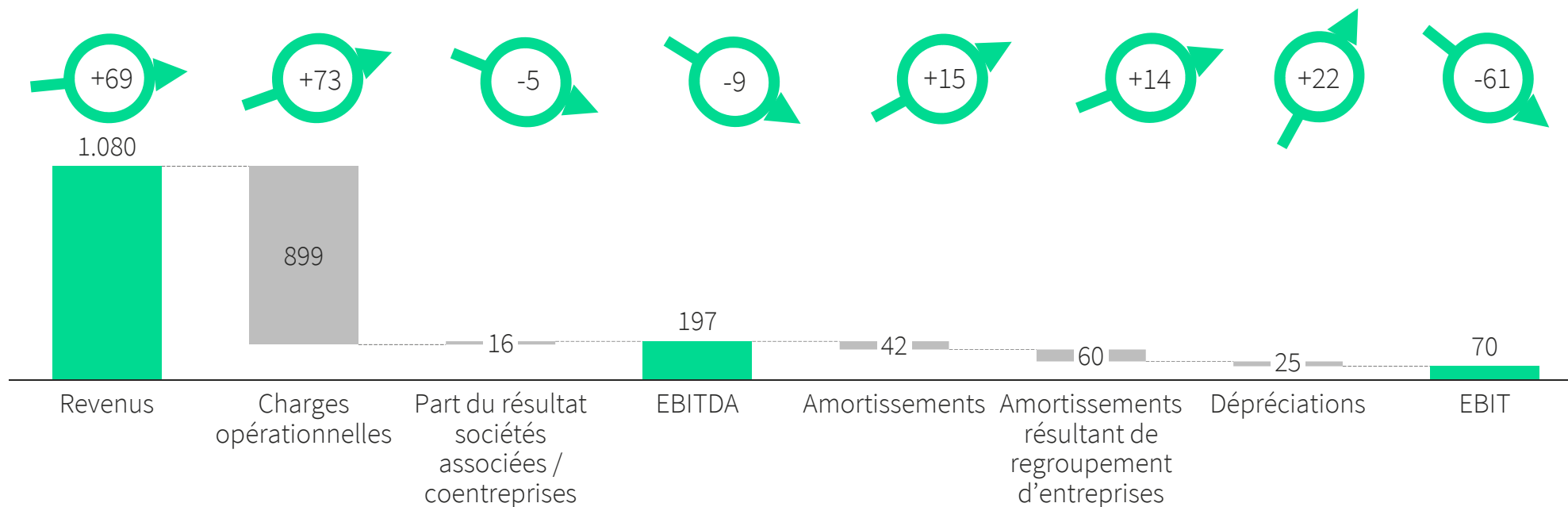
À part dans le sillon de l'introduction de la nouvelle norme IFRS 16, « Contrats de location », nous n'attendons pas d'effets notoire sur la comptabilité consolidée découlant de l'application des normes révisées.

Remarques concernant le résultat semestriel 2019 (2/2)

Adaptation de la segmentation et des valeurs de l'année précédente

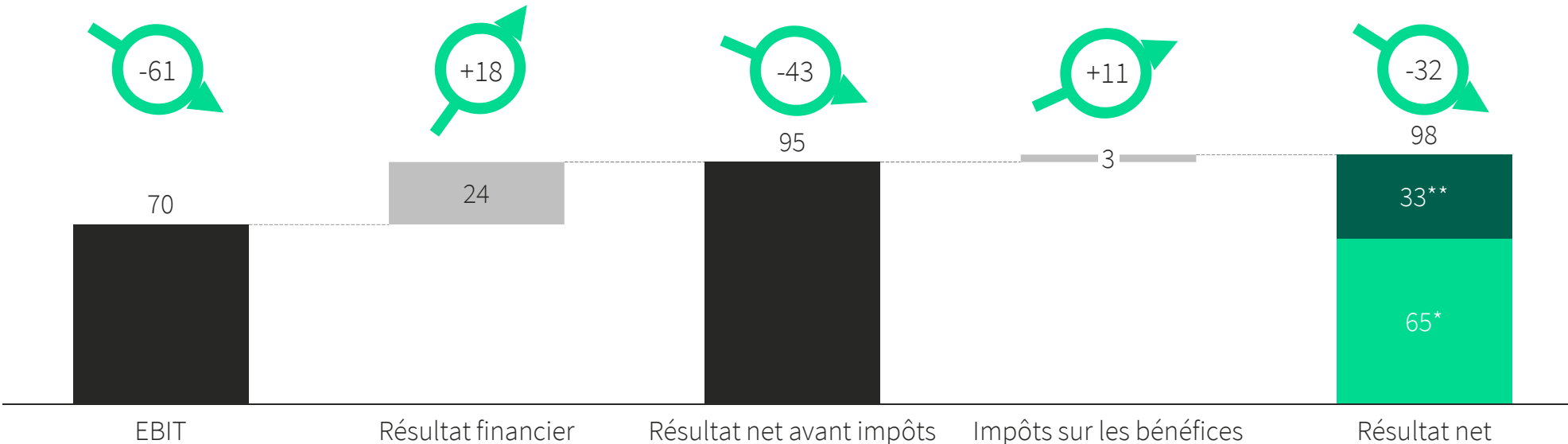
- Dans le sillon de la mise en œuvre d'un nouveau concept de pilotage, Tamedia a introduit le 1er janvier 2019 un modèle de commissionnement et procédé à des adaptations des imputations Intercompany ainsi que des clés de répartition des revenus et charges d'exploitation non directement attribuables. Les prestations Intercompany seront désormais imputées et donc comptabilisées comme chiffre d'affaires. En font exception les prestations des Group Services, qui resteront allouées sous forme de compensation des coûts. En particulier une commission sera désormais décomptée sur les imputations internes des chiffres d'affaires de publicité au sein de Tamedia, tandis que par le passé, seule une répartition des coûts avait lieu (pour le restatement sur l'ensemble de l'année 2018 les commissions correspondent aux frais, il convient de noter toutefois que des différences peuvent survenir en cours d'année). Ces adaptations de la prise en compte brute des revenus et charges de commissionnement induisent des valeurs supérieures pour l'imputation entre les segments. Les distributeurs de publicité et les produits relevant de leur responsabilité sont désormais intégralement saisis dans le segment Médias pendulaires et Commercialisation, ce qui implique également des imputations supérieures entre les segments au niveau de l'attribution des chiffres d'affaires internes. Ce segment inclut désormais aussi la plateforme d'actualité lematin.ch.
- Les postes à temps plein de Group Services, qui étaient précédemment imputés à Médias payants, seront désormais répartis entre les segments, sur la base des chiffres d'affaires d'exploitation. Dans le nouveau concept de pilotage, les amortissements seront répartis entre les différents segments en fonction du principe de causalité.

Augmentation significative des amortissements et des dépréciations liés aux regroupements d'entreprises



Revenus, EBITDA et EBIT 2019 en mio. CHF

Résultat financier élevé grâce à la vente de LocalSearch et Starticket

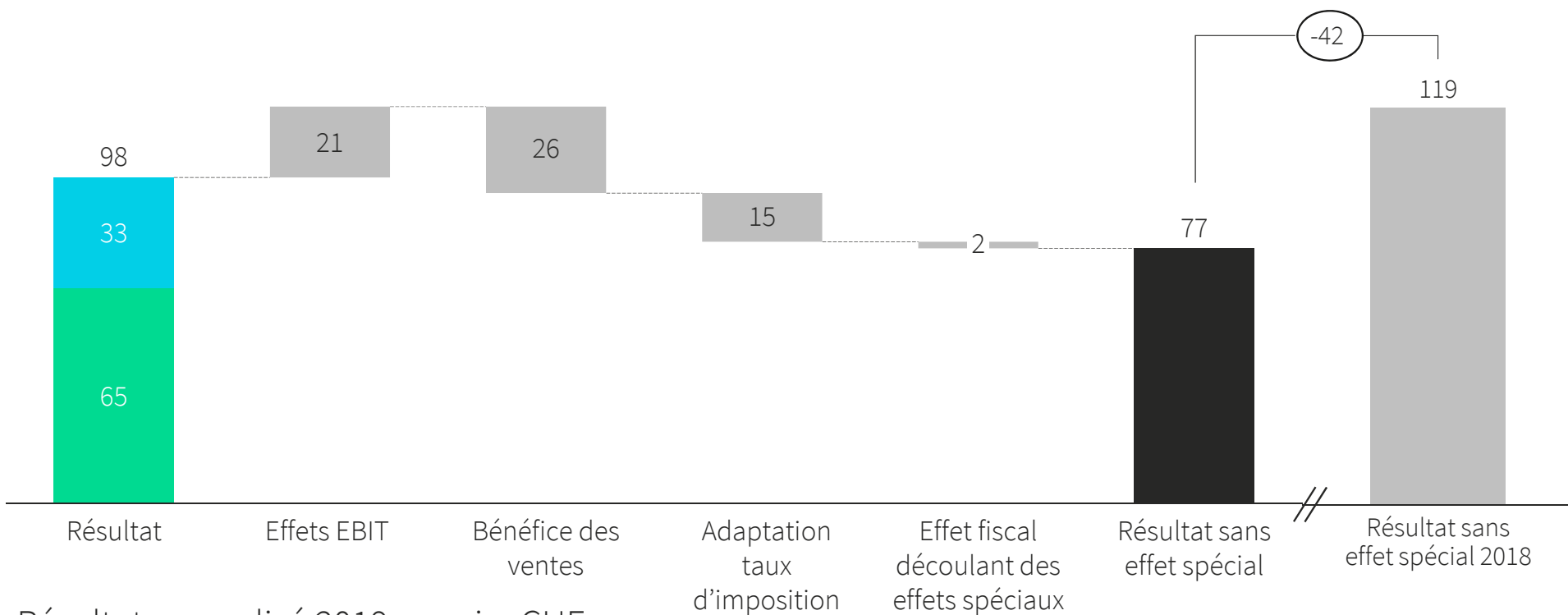


EBIT et Résultat net 2019 en mio. CHF

* Part des actionnaires de Tamedia
 ** Part des actionnaires minoritaires

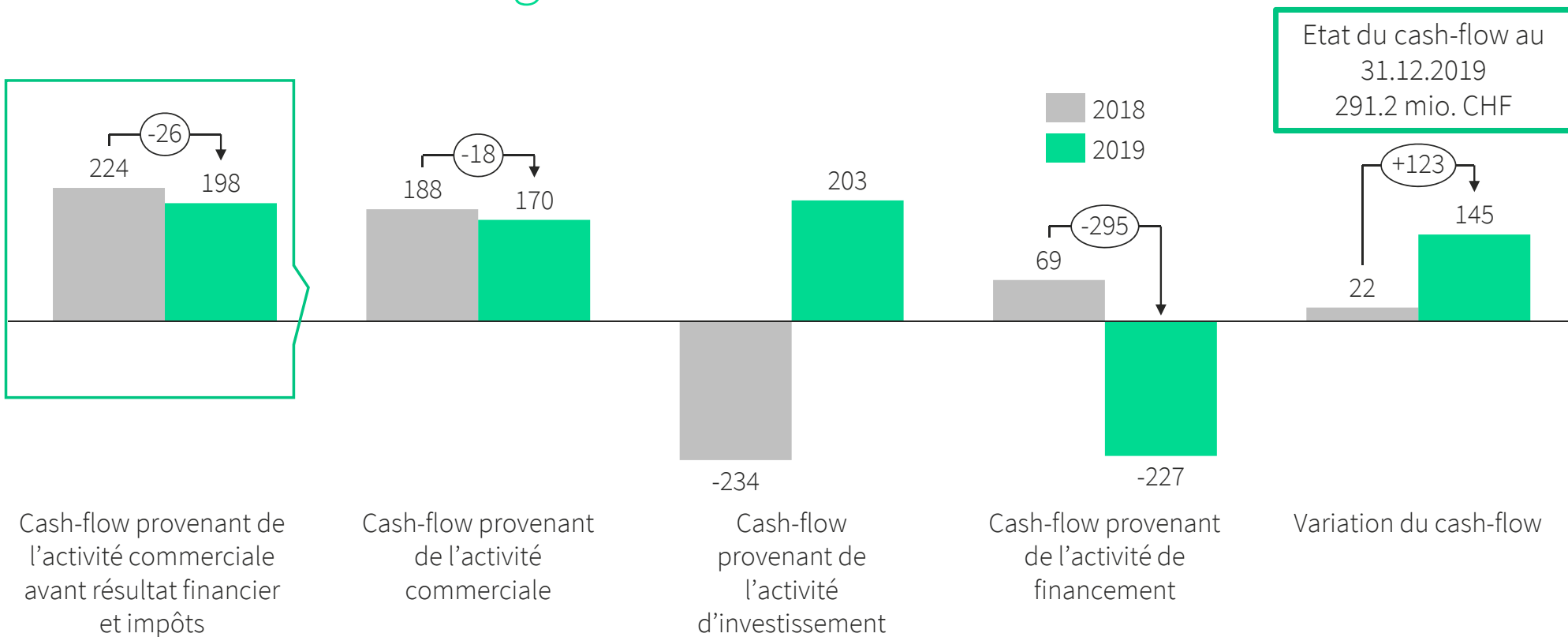


Résultat normalisé de 42 mio. CHF inférieur à l'an passé



Résultat normalisé 2019 en mio. CHF

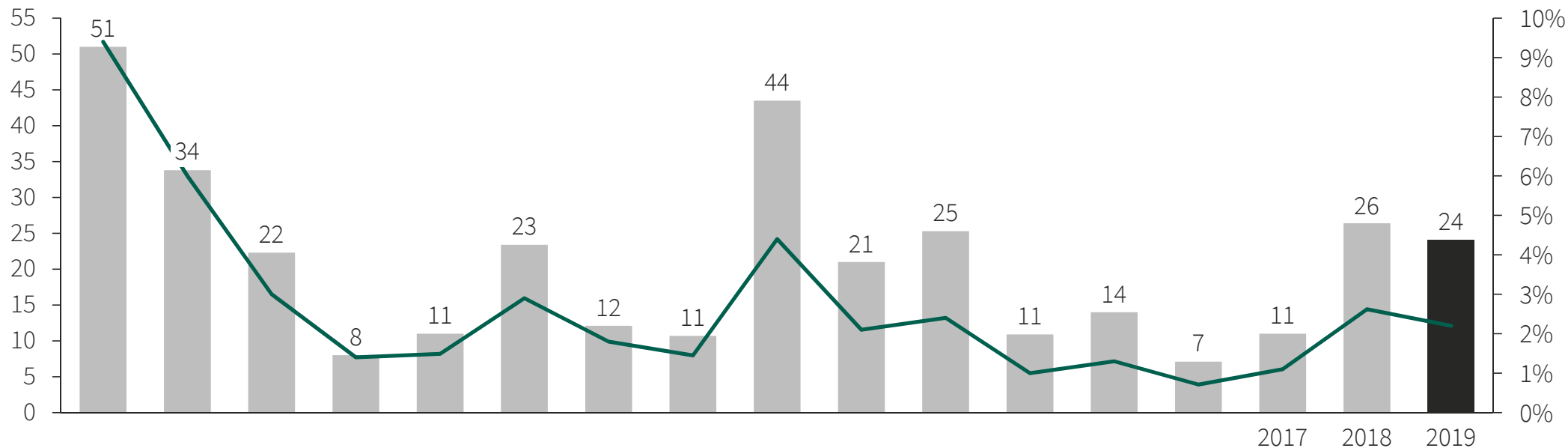
Remboursement intégral de la facilité de crédit



Cash-flow de l'exercice 2019 en mio. CHF

Capex encore bas à 2,2 % du chiffre d'affaires

— en % ■ en mio. CHF

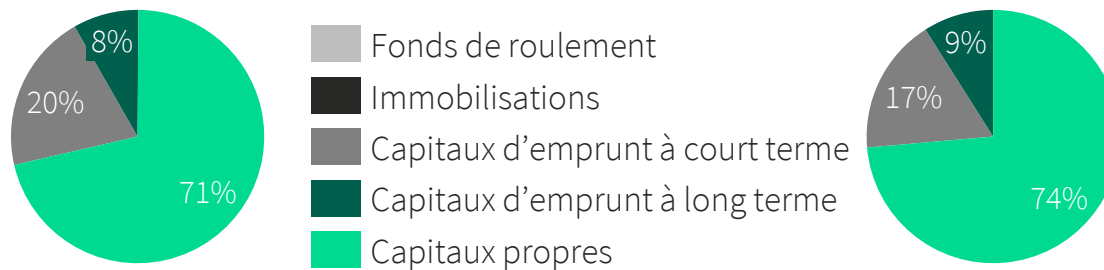


Investissements dans les installations de l'exploitation (Capex)* en mio. CHF et en pour cent du chiffre d'affaires

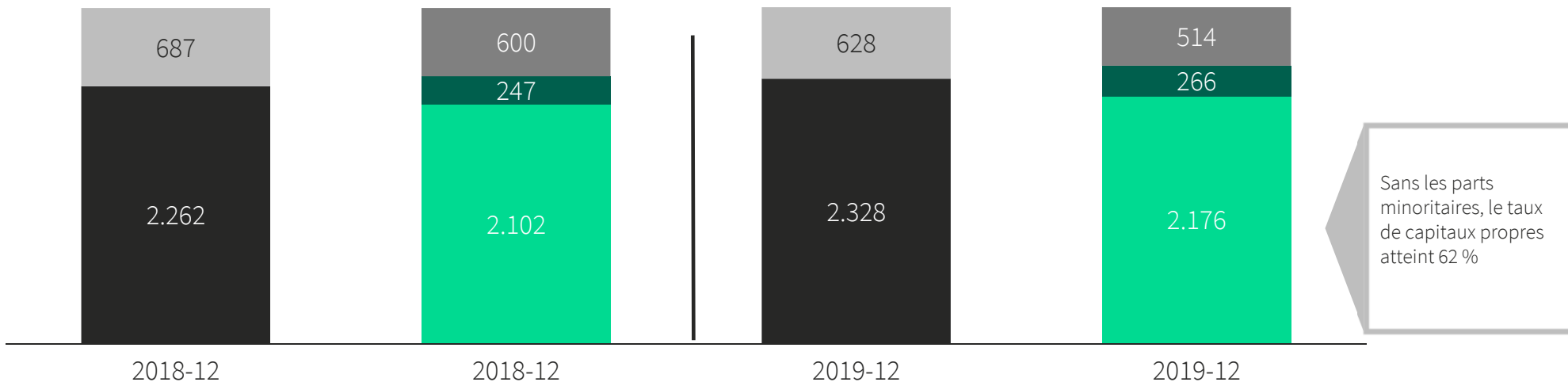
*sans achats de participations et unités d'exploitation



Le taux de capitaux propres atteint 74 %

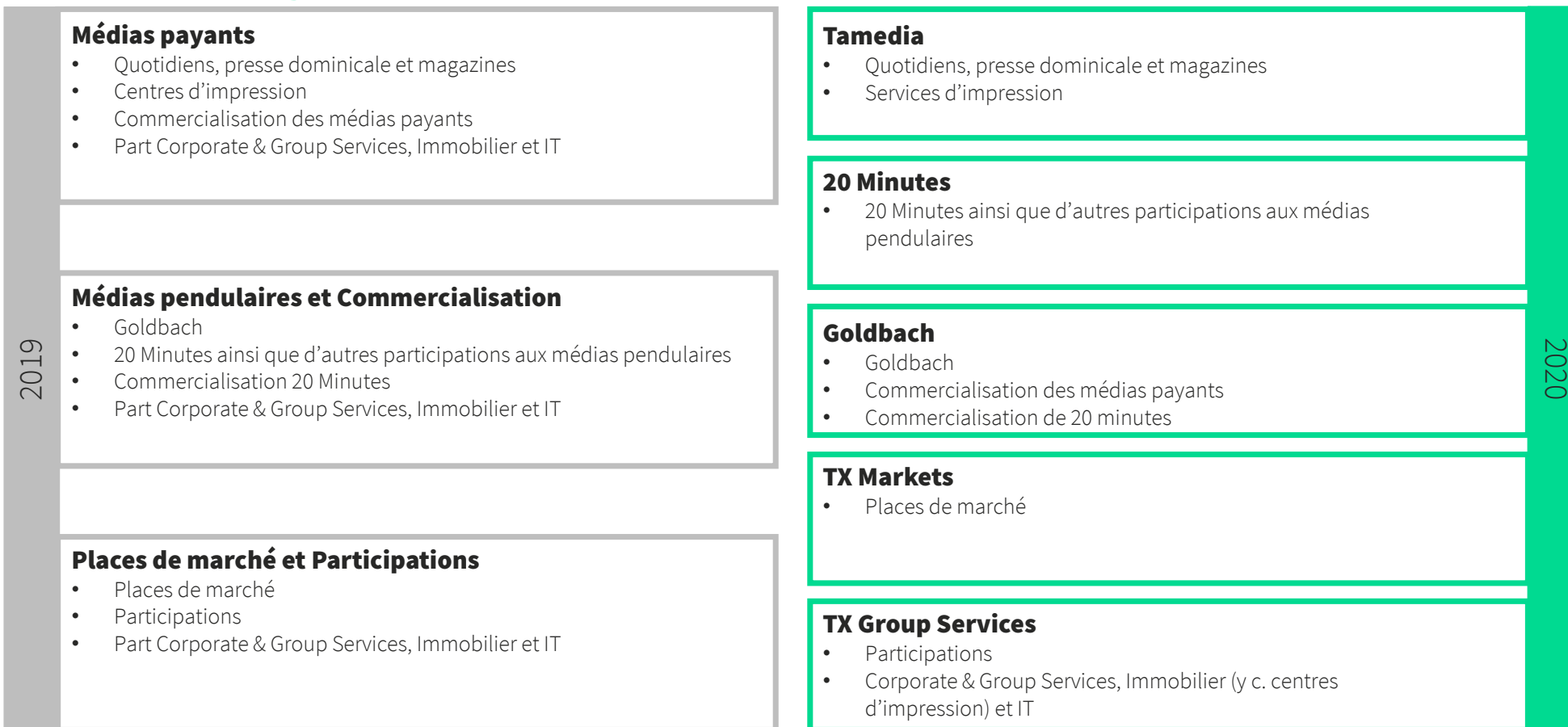


- Fonds de roulement
- Immobilisations
- Capitaux d'emprunt à court terme
- Capitaux d'emprunt à long terme
- Capitaux propres



Sans les parts minoritaires, le taux de capitaux propres atteint 62 %

Nouvelle segmentation à partir de l'exercice 2020



Amortissement des marques à partir de l'exercice 2020

Ajustement des principes d'évaluation des actifs incorporels

Dans le sillon de la préparation des plans opérationnels pour la mise en œuvre de la nouvelle structure d'entreprise, il a été constaté que les offres médiatiques, tant sur le marché des lecteurs et des utilisateurs que sur le marché de la publicité, sont toujours soumises à une forte pression et que celle-ci s'est accrue dans un passé récent. Cette tendance négative exige, notamment dans le domaine des médias payants, que l'on mette davantage l'accent sur la coopération entre les différents titres et sur l'accroissement de l'efficacité. Dans ce contexte, Tamedia s'attend à une diminution de l'importance des différentes marques dans le cadre des activités du secteur des médias payants. Par conséquent, la durée d'utilisation des marques dans le secteur des médias payants n'est plus considérée comme indéfinie. La durée d'utilisation prévue a été déterminée pour chaque marque en fonction de la baisse attendue des revenus.

La durée d'utilisation des marques concernées, lesquelles totalisent 115,5 mio. CHF, est comprise entre 8 et 20 ans. Pour l'exercice 2020, un amortissement de 11,1 mio. CHF est prévu.

TX