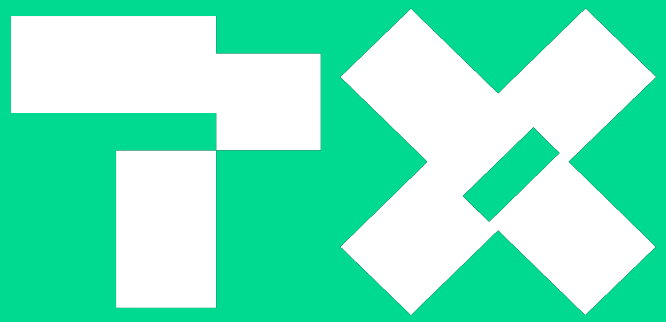


Résultats annuels 2020

Conférence de presse, 11 mars 2021

Pietro Supino

Président & Editeur

11 mars 2021

Structure organisationnelle de TX Group

Direction du groupe

Finances et Ressources humaines
Sandro Macciacchini

Parc immobilier
Zurich : Werdstrasse | Stauffacherquai | Bubenbergstrasse

Berne : Dammweg | Zentweg

Bussigny : Chemin de Mochettaz

Président et Éditeur
Pietro Supino

Technologie & Ventures
Samuel Hügli

Doodle, ZATTOO, SELMA, Lykke, monito, Helping, moneypark (Ihre Hypothek), PICSTARS, LEND

Entreprises

TX Markets
Olivier Rihs

homegate.ch, JobCLOUD, Ricardo, CAR FOR YOU, ImmoStreet.ch, jobup.ch, jobwinner.ch, karriere.at, jobs.ch, tutti.ch

Goldbach
Michi Frank

GOLDBACH, JADUDA, SWISS RADIOWORLD, neo advertising, dreifive 3·5 digital performance

20 Minuten
Marcel Kohler

20 minuten, 20 minutes, 20 minuti, tio Il portale del Ticino, Heute, L'essentiel, encore!, lematin.ch, BT

Tamedia
Marco Boselli
Andreas Schaffner

Tages-Anzeiger, #12, 24heures, Le Matin Dimanche, Druckzentrum Zürich, Basler Zeitung, BZ Berner Zeitung, SonntagsZeitung, Sihltaler, Zürichsee-Zeitung, Thuner Tagblatt, Berner Oberländer, TV täglich, Schweizer Familie, Der Bund, Druckzentrum Bern, F, DAS MAGAZIN, ZÜRITIPP, Centre d'Impression Lausanne, Der Landbote, Tribune de Genève, GuideTV, FINANZ und WIRTSCHAFT, Thalwiler Anzeiger, Bilan, BZ Langenthaler Tagblatt, Linth-Zeitung, Zürcher Unterländer

Sandro Macciacchini

Directeur Finances & Ressources humaines, membre de la direction du groupe

Le résultat est influencé par la conjoncture faiblissante due à la crise du coronavirus + dépréciation chez Tamedia

2019 2020 en mio. CHF

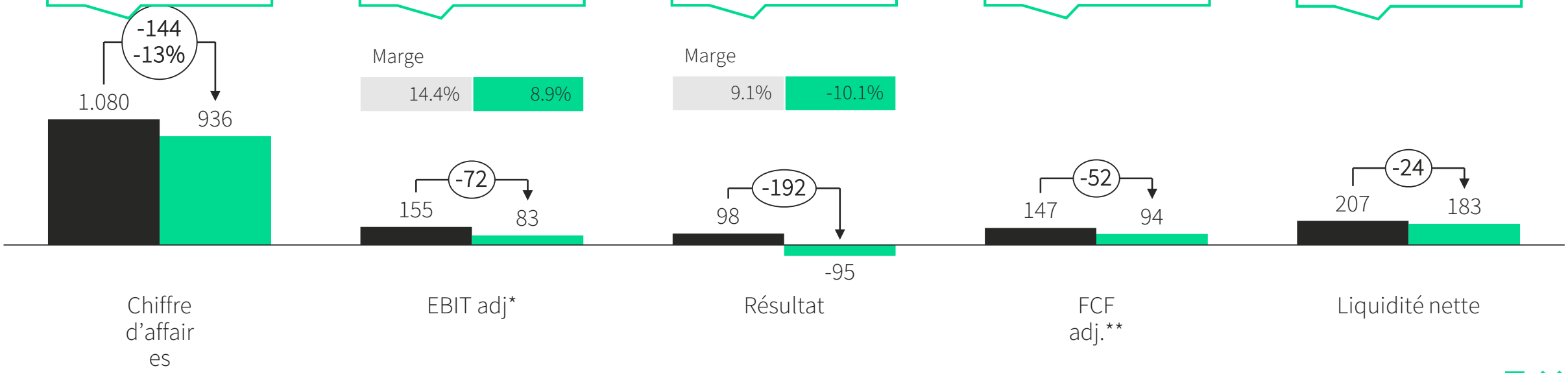
La baisse des dépenses publicitaires et du volume d'offres d'emploi en raison de la crise du coronavirus sont la principale cause de la baisse du CdA

Baisse du CdA compensée à bien 60 % par les faibles coûts (en particulier de matériel et de personnel)

Impairment chez Tamedia à hauteur de 85 mio. CHF et pertes sur la cession à la suite des désinvestissements chez TX Markets et Ventures

Nette reprise du Free Cash Flow avant acquisitions/ désinvestissements au cours du deuxième semestre de l'année (FCF 1. HJ: O)

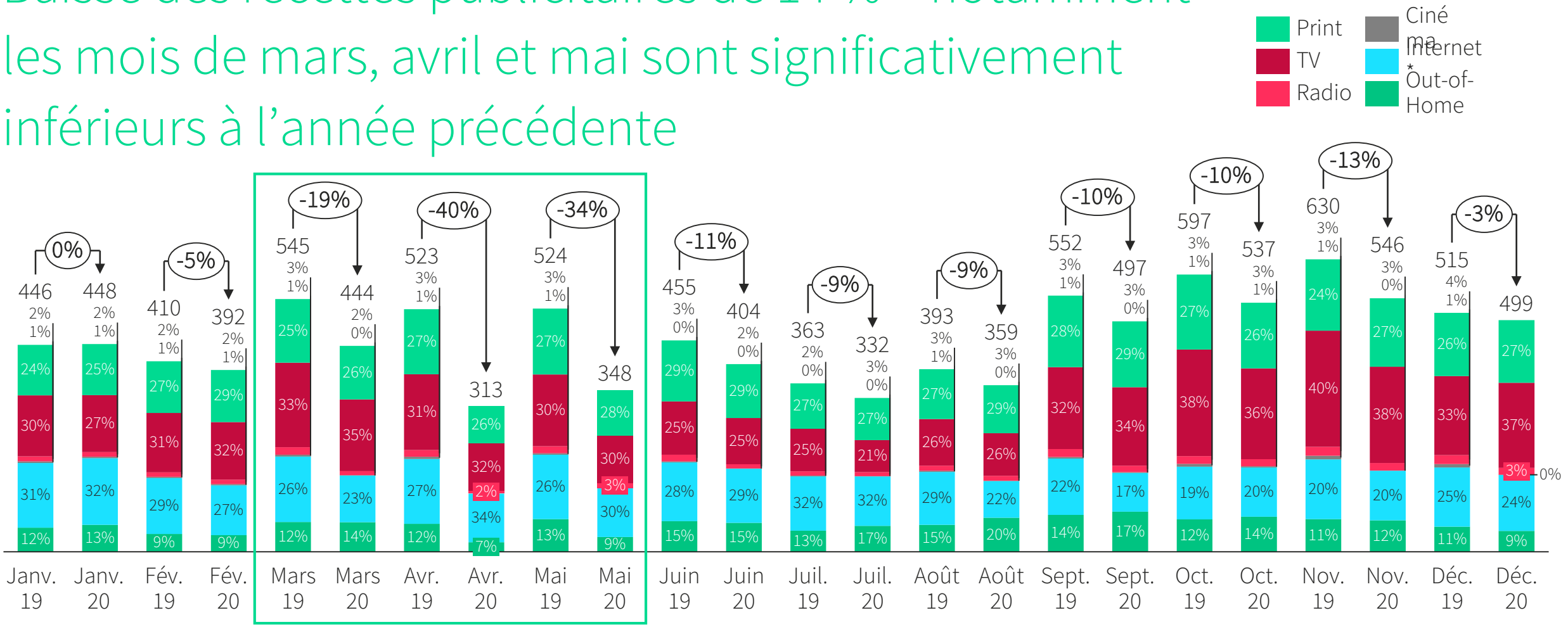
Liquidité nette toujours élevée grâce au solide cashflow opérationnel et faible endettement



* Résultat opérationnel avant les effets des fusions d'entreprises

** Flux de trésorerie après activité d'investissement dans les immobilisations corporelles et incorporelles

Baisse des recettes publicitaires de 14 % – notamment les mois de mars, avril et mai sont significativement inférieurs à l'année précédente

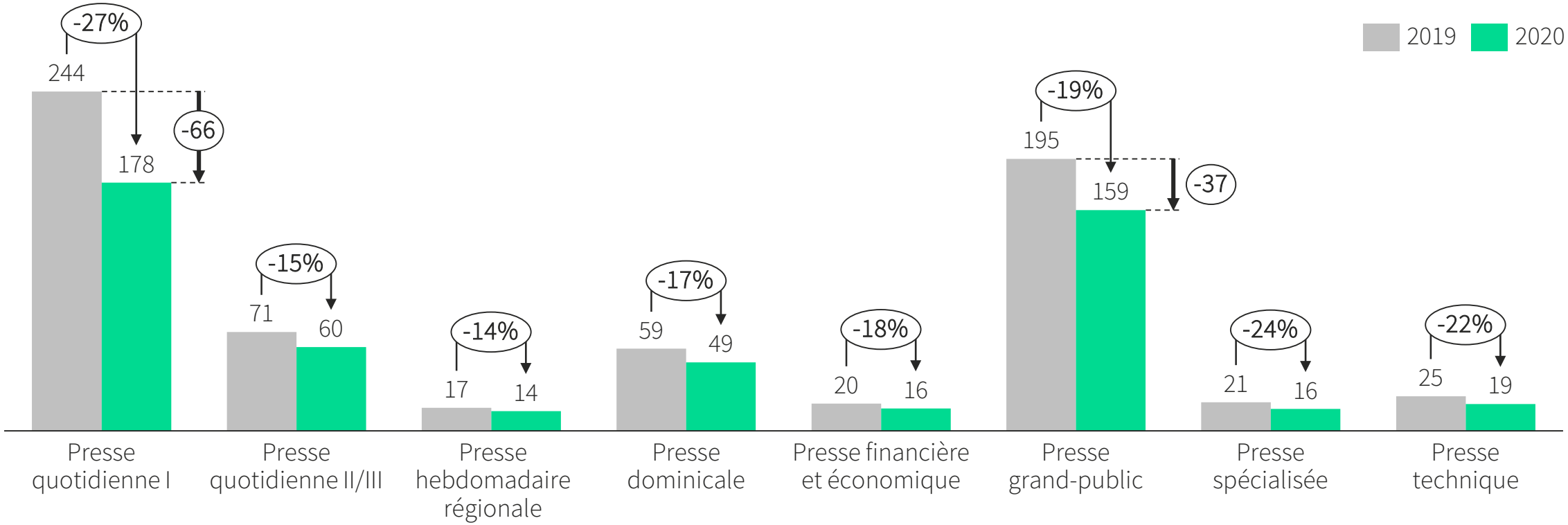


Marché publicitaire suisse brut en mio. CHF

Source : Media Focus janv.-janv. 2019 / 2020

*Internet : les recettes publicitaires des réseaux sociaux, Online-Classifieds, répertoires en ligne ainsi que réseaux de performance ne sont pas incluses

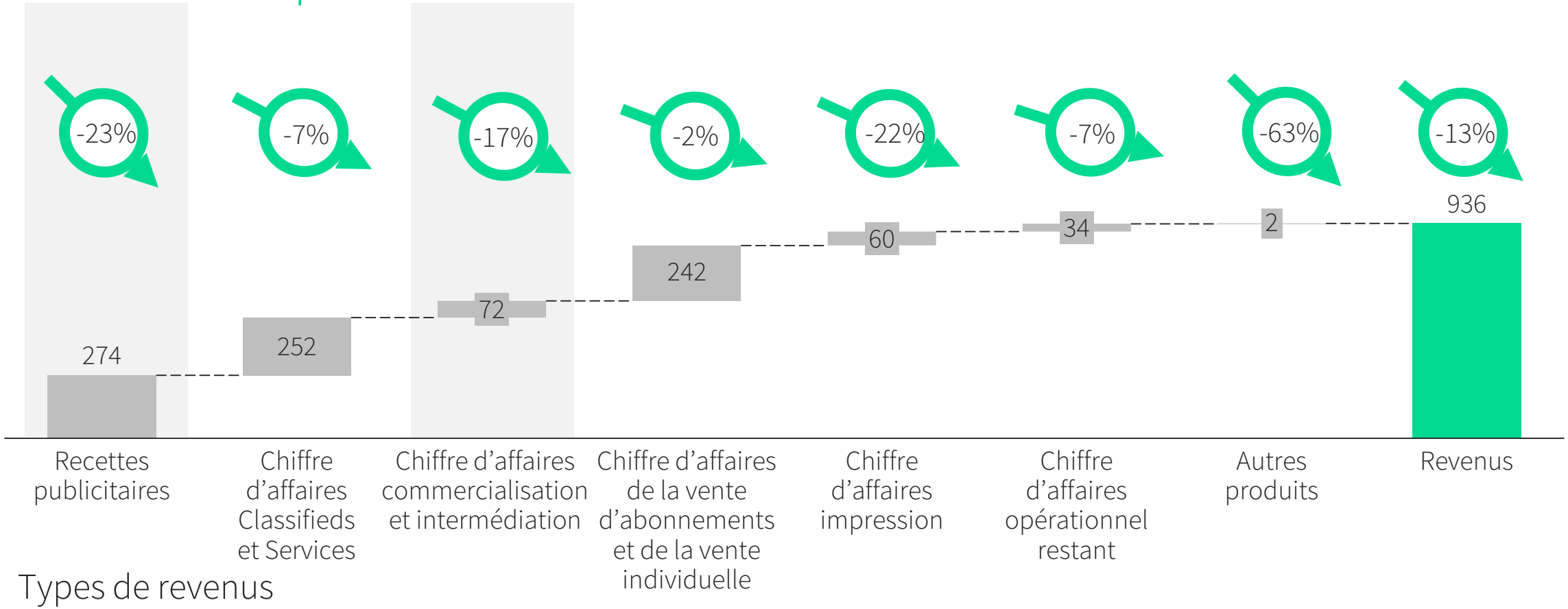
Journaux suprarégionaux sévèrement touchés par le recul de la publicité Print



Chiffre d'affaires publicitaire net Print par rapport à l'année précédente en mio. CHF

Source: statistique des annonces dans la presse suisse REMP

Baisse des recettes à deux-tiers motivée par la régression du marché publicitaire – chiffre d'affaires issu des abonnements et de la vente individuelle passablement stable

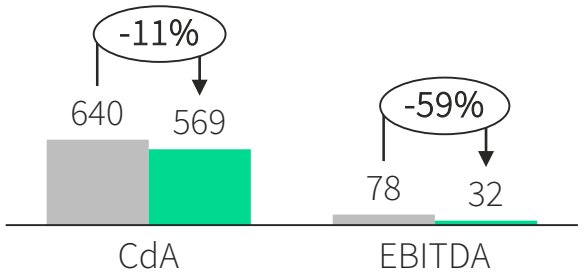


La comparaison avec des années de crises passées fait état d'une résilience élevée

TX Group / Tamedia en mio. CHF

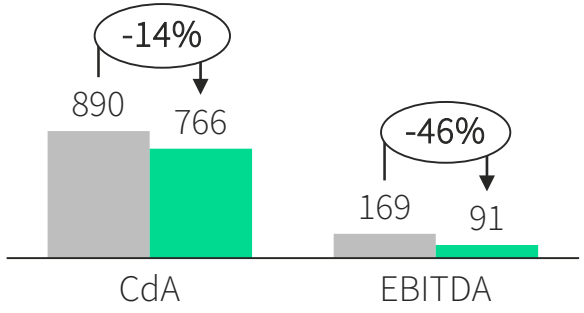
	Marge EBITDA
2002	12 %
2003	6 %

2002
2003



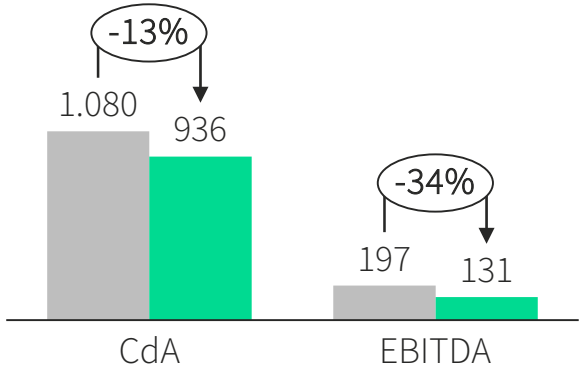
	Marge EBITDA
2008	19 %
2009	12 %

2008
2009



	Marge EBITDA
2019	18 %
2020	14 %

2019
2020



PIB / taux de chômage

2003	OFS	SECO
PIB	-0.7%	-
Taux de chômage	-	3.7%

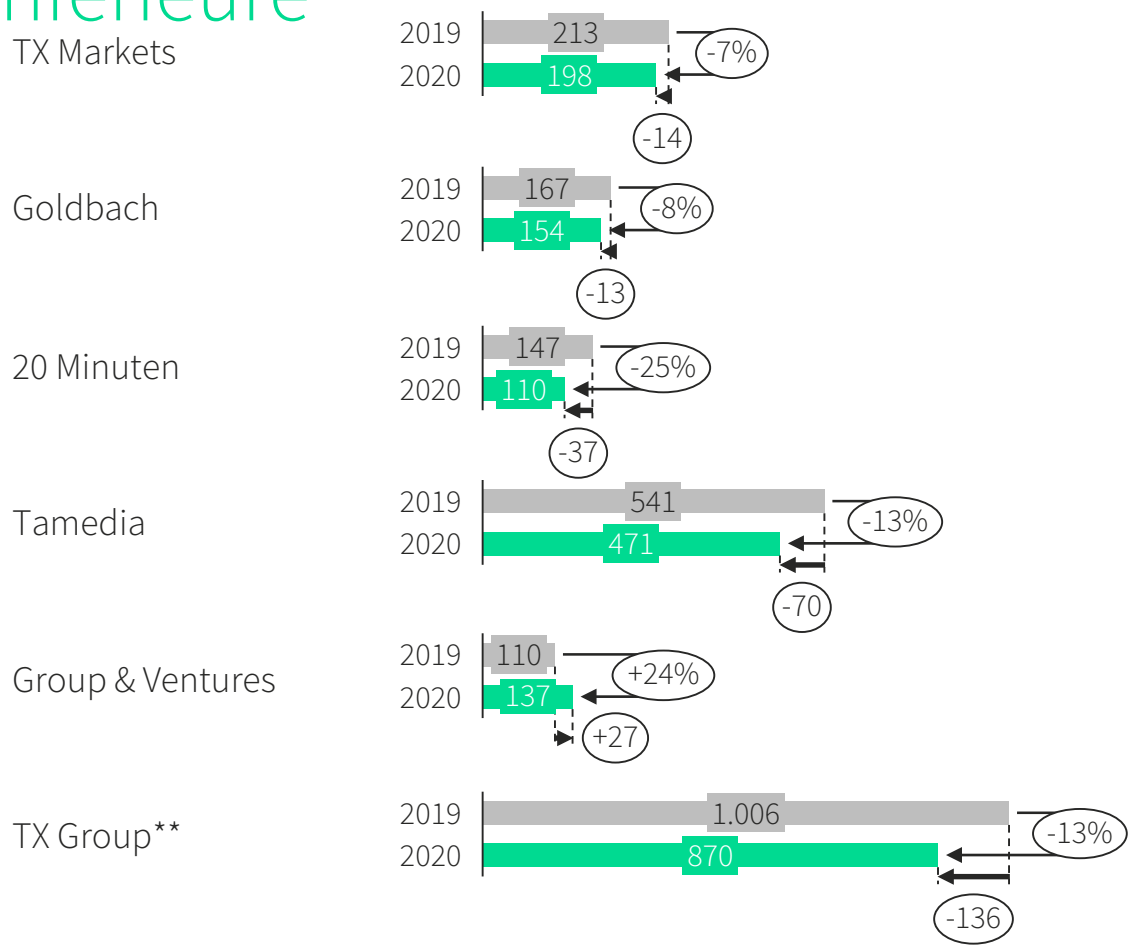
2009	OFS	SECO
PIB	-2.1%	-
Taux de chômage	-	3.7%

2020	SECO	KOF ETH
PIB	-3.3%	-3.5%
Taux de chômage	3.1%	3.1%

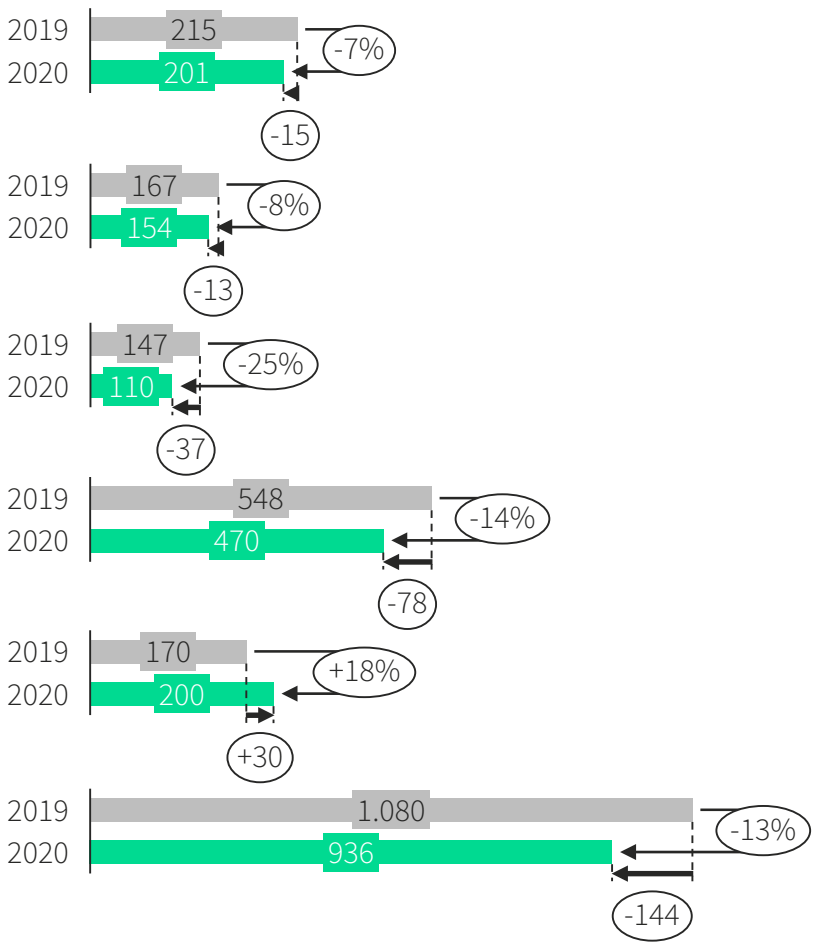
Source : OFS : Produit intérieur brut, série longue, PIB par habitant aux prix de l'année précédente, variations annuelles en %
SECO : situation sur le marché du travail en décembre 2003 et 2009 / moyenne annuelle 2003 et 2009

Source : pronostic de conjoncture SECO, décembre 2020
Etudes KOF, 2020, n° 4, hiver – KA, décembre 2020

Evolution du chiffre d'affaires organique également près de 13 % inférieure



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

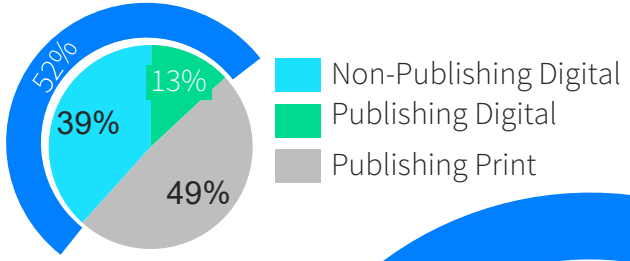


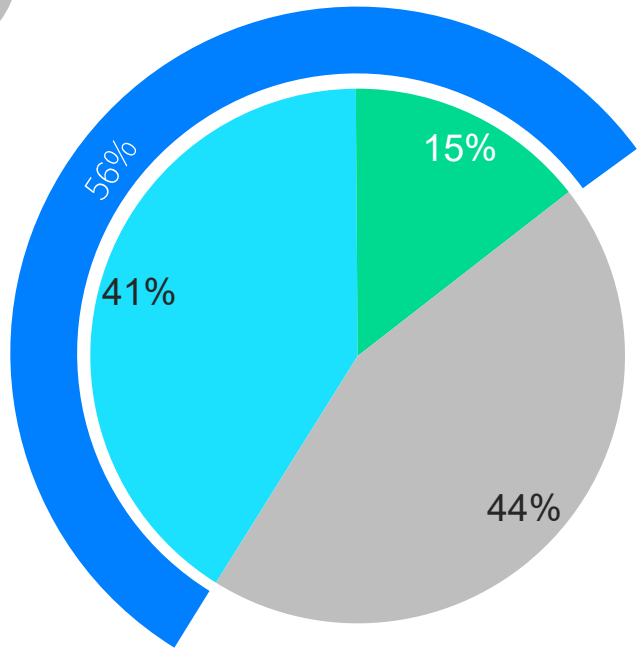
Croissance du chiffre d'affaires consolidé en mio. CHF

*Business Units ou sociétés associées, ayant été prises en compte dans la consolidation pendant toute la période de consolidation, aussi bien au cours de l'exercice en revue que l'année précédente.
** Éliminations et transferts IAS pris en considération

La part numérique du chiffre d'affaires affiche 56 %

2019

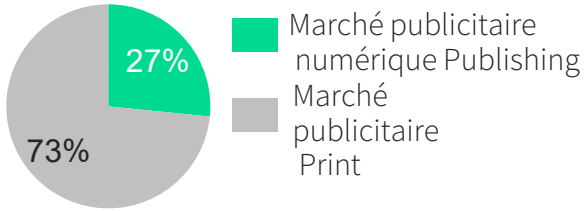


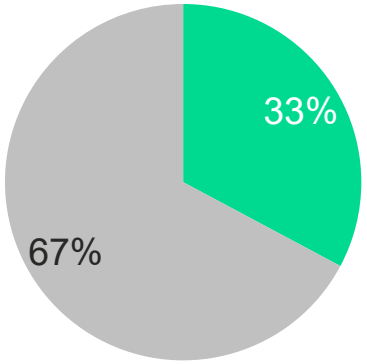


2020
Chiffre d'affaires TX Group : numérisation pro-forma

dont Publishing

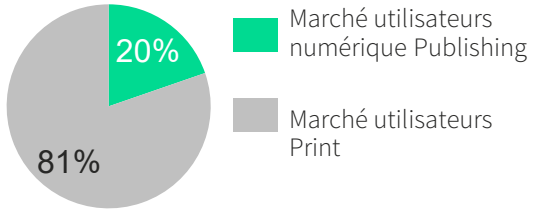
2019

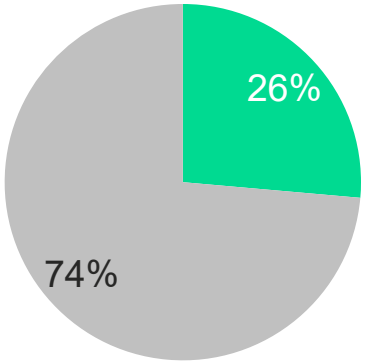




2020
Chiffre d'affaires marché publicitaire Publishing : numérisation pro-forma

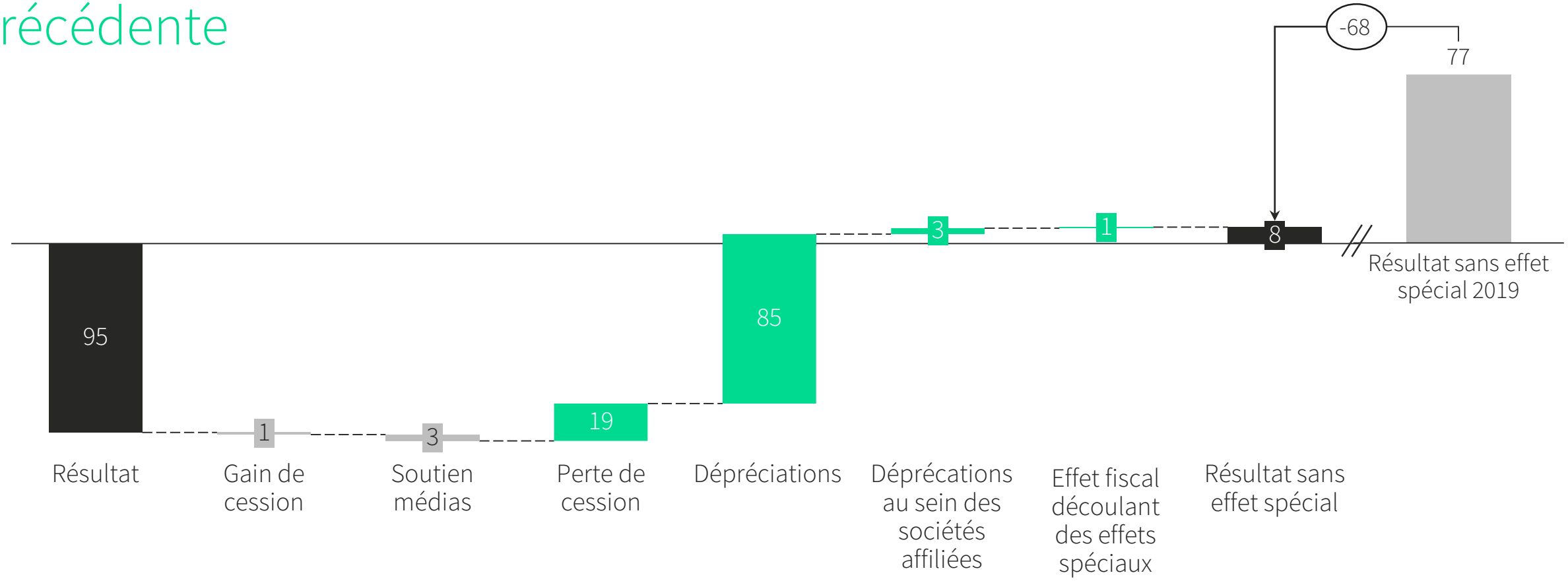
2019





2020
Chiffre d'affaires marché des utilisateurs Publishing: numérisation pro-forma

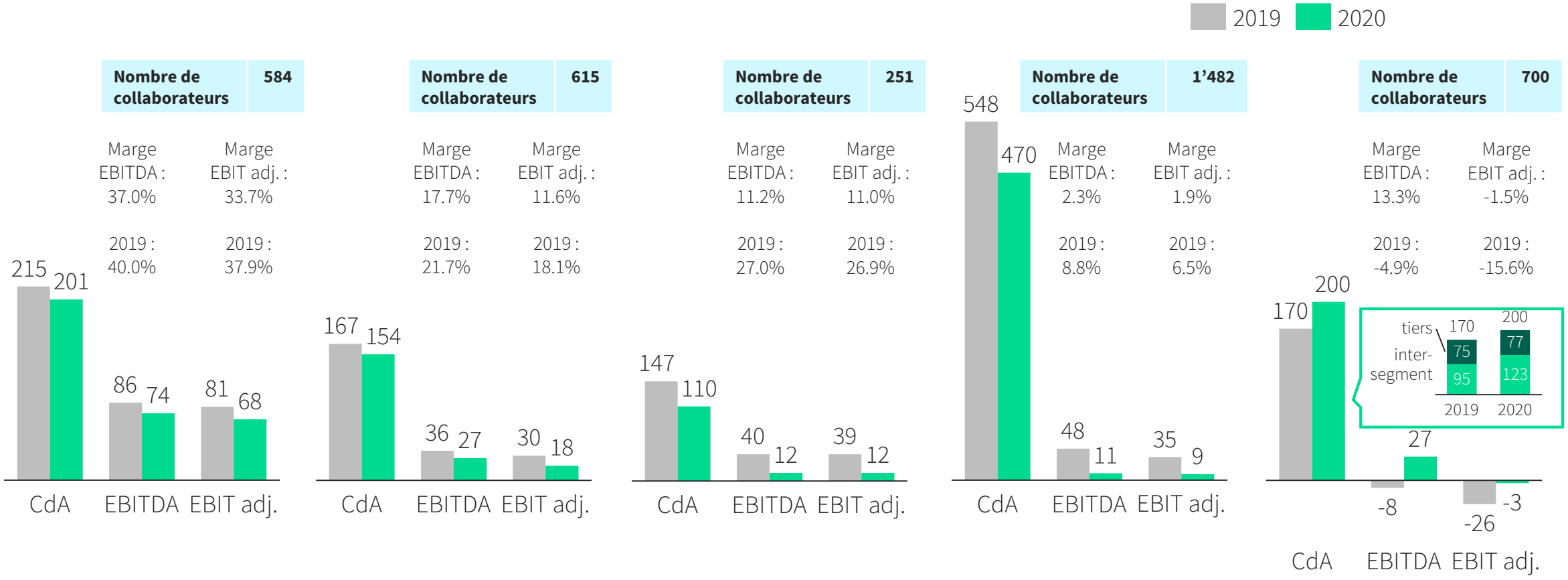
Résultat ajusté de 68 mio. CHF inférieur à la période précédente



Résultat ajusté 2020 en mio. CHF

Résultat et environnement de marché

Toutes les entreprises enregistrent un résultat positif



TX Markets en mio. CHF

Goldbach en mio. CHF

20 Minuten en mio. CHF

Tamedia en mio. CHF

Group & Ventures en mio. CHF

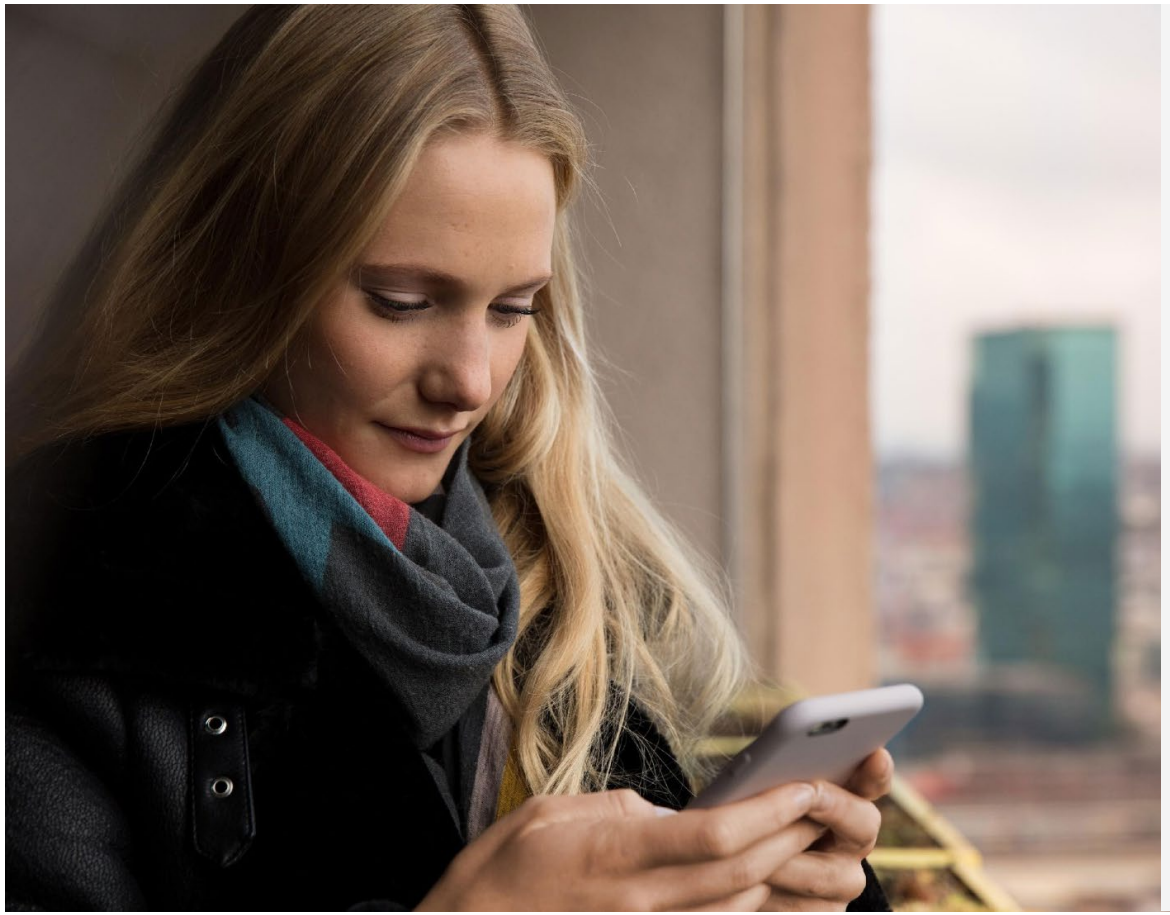
* Les valeurs de la période précédente ont été adaptées à la suite d'un Restatement

Tamedia

Marco Boselli et Andreas Schaffner

Co-directeurs

Notre exigence : pertinent – numérique - entrepreneurial



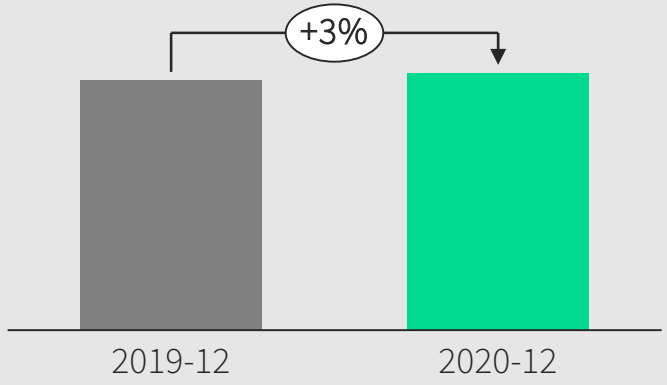
- En notre qualité de plus **puissant réseau éditorial suisse**, nous veillons à la **transparence**, offrant **orientation** et **divertissement**
- La pertinence et la confiance sont des valeurs existentielles de notre offre. C'est pourquoi nous investissons dans le **journalisme de qualité**, que nous développons avec de bons formats et de nouvelles offres
- Nous créons un **accès aux thèmes** et à l'actualité, offrons des informations de fond et des perspectives, procurons une scène aux acteurs politiques. Nous **accompagnons** nos lectrices et lecteurs **tout au long de la journée**
- Notre produit est un **journalisme de qualité**. Pour cela, nous faisons appel à des collaborateurs exceptionnels – de la développeuse au rédacteur

Tamedia promeut la transition numérique

1

Total des abonnements

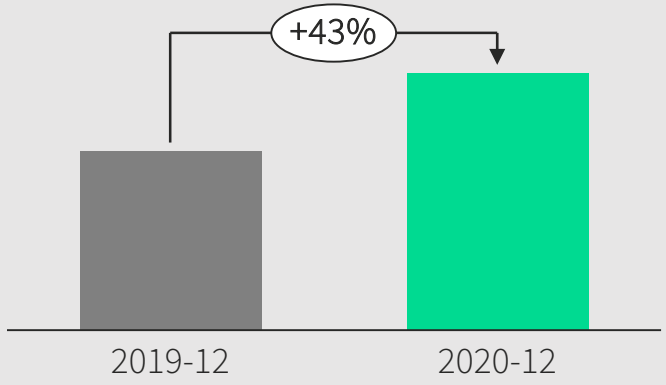
- Légère augmentation du nombre total d'abonnés



2

Abonnements numériques

- Le besoin d'un journalisme indépendant de qualité s'est considérablement accru, ce qui a parfois entraîné un nombre record d'utilisateurs pour les différentes plateformes d'information. Cela a également conduit à une augmentation significative des abonnements numériques vendus



3

Investissements numériques

- Tamedia investit dans l'infrastructure technologique et les nouvelles offres numériques afin de développer davantage le journalisme face à un lectorat mobile croissant. Lancement de la nouvelle présence en ligne au printemps

Les principaux projets en 2021

1

- Rédactions cantonales :
  La mise en place de rédactions à l'échelon cantonal est examinée

2

- Abonnements numériques :
  Objectif : nous financer à long terme par la vente d'abonnements numériques sans négliger les journaux imprimés. De nouveaux investissements sont prévus dans les domaines de la rédaction, de la commercialisation et de la technologie

3

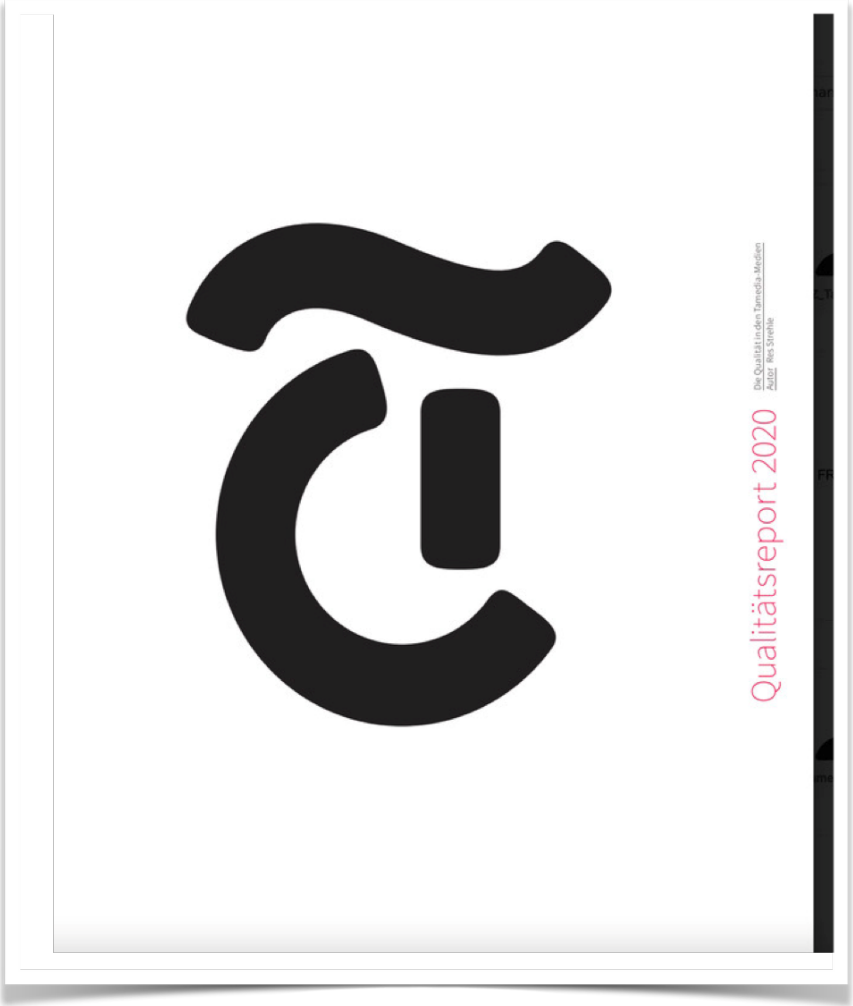
- Centres d'impression :
  Extension des synergies entre les centres d'impression de Berne, Lausanne et Zurich

Monitoring de la qualité

Andreas Strehle

Monitoring de la qualité Tamedia 2020

- Le processus est entré dans sa cinquième année
- Nouveauté : un monitoring pour les rédactions Tamedia et un monitoring pour l'entreprise 20-Minuten
- Période étudiée : une semaine
- Focalisation sur les médias d'information « Mobile First »



Les expert*es (1/2)

- Basler Zeitung : **Roger Blum**, spécialiste des médias, Cologne
- BZBernerZeitung/DerBund : **Matthias Künzler**, professeur en multimédia à la haute école spécialisée des Grisons
- Tages-Anzeiger : **Felix E. Müller**, Dr. phil., germaniste, ex-rédacteur en chef NZZ a. Sonntag
- Tamedia Redaktion Deutschschweiz : **Miriam Meckel**, professeur en sciences de la communication à l'université de St-Gall
- Rédaction Tamedia Suisse romande/Le Matin Dimanche, 24 heures/Tribune de Genève : **Philippe Amez-Droz**, Dr, AZconsulting et Medi@lab, université de Genève
- Zürcher Regionalzeitungen : **Vinzenz Wyss**, Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaft, Winterthur

Les expert*es (2/2)

- Bilan : **Vincent Kaufmann**, professeur émérite, MCM, universités de St-Gall et Genève
- Das Magazin : **Otfried Jarren**, professeur émérite, Institut des sciences de la communication et de la recherche médiatique à l'université de Zurich (IKMZ)
- Finanz und Wirtschaft : **Konrad Hummler**, Dr oec., entrepreneur/publiciste, St-Gall
- Le Matin Dimanche, **Philippe Amez-Droz**, Dr , AZconsulting et Medi@lab de l'université de Genève
- Schweizer Familie : **Colin Porlezza**, Dr , Institut des médias et du journalisme à l'Università della Svizzera italiana, Lugano
- SonntagsZeitung : **Miriam Meckel**, professeur en sciences de la communication à l'université de St-Gall

Résultat Métier

- Les règles du métier sont bien respectées dans l'ensemble
- Sources anonymes rares et conformes aux règles (dans les faits)
- Potentiel d'amélioration au niveau de la méthode de production pour Mobile First

Résultat valeur ajoutée

- Volume considérable de travail personnel quotidien, compte tenu du chômage partiel et du télétravail

- Forces : services de recherche, en particulier via le bureau de recherche avec direction thématique partielle (crise du coronavirus, procureur fédéral, hôpital universitaire ZH, fémicides, extrémisme de droite, fraude fiscale Genève)

- Faiblesses : « Mobile First » fonctionne sous forme de nouvelle méthode de production, mais aussi comme nouvelle façon de penser ? (la mise en récit pourrait être plus vairée et multimédia)

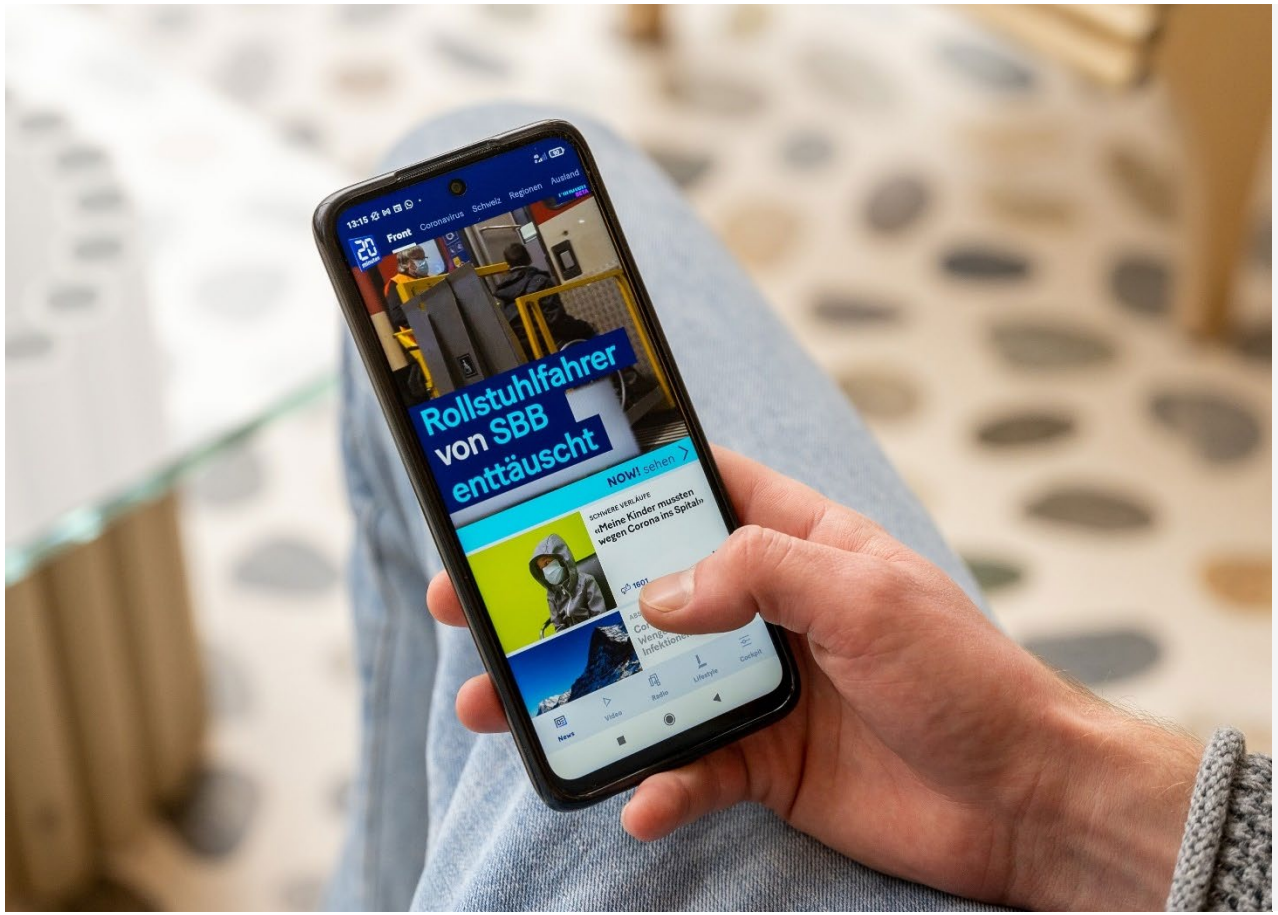
- Le Rapport qualité Tamedia 2020 est consultable sur www.tamedia.ch/fr/entreprise/monitoring

20 Minuten

Marcel Kohler

Directeur

20 Minuten : innovant – crédible – entrepreneurial



- 20 Minuten/ 20 Minutes/ 20 Minuti forment le plus vaste espace public de Suisse, apportant ainsi une **importante contribution à la cohésion sociale** en Suisse. Nous nous adressons à toutes les tranches d'âge
- Rapides, compréhensibles, neutres, captivants et fiables, nous diffusons les informations sur des **canaux modernes**
- Des formats de **mise en écrit innovants** nous permettent d'atteindre les groupes cibles jeunes et de consolider notre position de leader
- Selon le monitoring média de l'OFCOM, le **média de formation de l'opinion le plus prisé de Suisse**

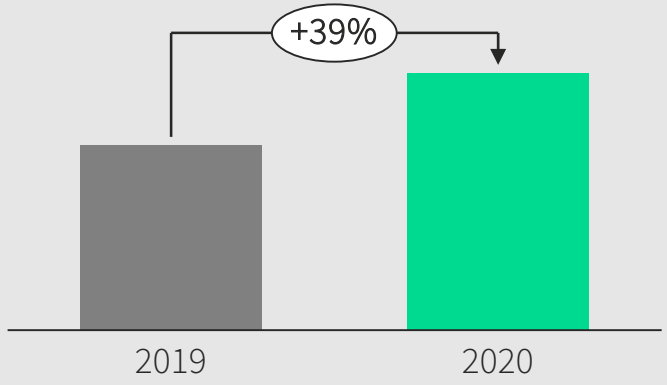
20 Minuten enregistre des indices d'utilisation historiques records

1

Visits 20 Minuten National

- En raison du besoin accru d'informations, tant le nombre de clients uniques que celui des visites ont augmenté de manière significative.

Visits 20 Minuten National



2

Caissettes supplémentaires

- Pendant le confinement, un réseau de distribution a été mis en place dans le commerce de détail. 150 caissettes ont déjà été installées – l'extension du réseau de distribution en coopération avec les transports publics est en cours de planification.

3

20 nouveaux postes – Now!

- 20 nouveaux postes dans le domaine rédaction en image et vidéo
- Lancement du nouveau format d'information par vidéo Now!

Les principaux projets en 2021

1

- **Mise en place d'un cercle d'experts et du monitoring de qualité :** Chaque rédaction des médias pendulaires doit disposer d'au moins un expert pour chaque domaine thématique important. Introduction d'un monitoring de la qualité spécifique aux médias pendulaires

2

- **Extension en Suisse romande :** 20 nouveaux postes dans les domaines vidéo, réseaux sociaux et vente en Suisse romande

3

- **Développer la stratégie multicanal :** Développer et renforcer le modèle de portée éprouvé des journaux pendulaires et des plateformes d'information vidéo et audio

Monitoring de la qualité

Alvin Sold

Le groupe 20-Minuten a fixé des objectifs de qualité spécifiques et établi un propre monitoring de la qualité

Alvin Sold, Luxembourg
1974 - 2011 Rédacteur en chef de la Tageblatt
1977 - 2011 Directeur du groupe médiatique Editpress
1989 - 1996 Président de l'Association européenne des Éditeur de journaux (Président d'honneur jusqu'à ce jour)
depuis 2007 Président du conseil d'administration d'Edita-L'essentiel
2011 - 2018 Délégué du conseil d'administration du groupe médiatique Editpress
depuis 2020 Mandataire du monitoring de la qualité du groupe 20-Minuten

Procédure médias pendulaires

1. Le monitoring de la qualité journalistique dans les médias pendulaires repose sur les célèbres normes de qualité de Tamedia, auxquels s'ajoutent des standards spécifiques. Cette liste comprend actuellement 32 critères. Elle sera adaptée en fonction du développement

2. En décembre 2020 les rédacteurs en chef ont sélectionné pour leur propres médias 12 critères de la liste et ont évalué la performance actuelle sur la base d'une échelle de 1 à 10 (meilleure note).

3. Sur cette même échelle, les rédacteurs en chef ont défini des objectifs, qu'ils entendent atteindre avec leurs rédactions d'ici juillet 2021.

4. Une analyse critique d'Alvin Sold sera intégrée à la discussion finale avec les rédactions. Elle aura lieu en présence de Pietro Supino, président de TX Group et de Marcel Kohler, directeur de 20 Minuten.

5. La discussion finale formera la situation initiale pour la fixation des objectifs pour juillet 2022.

6. Le monitoring de la qualité et les objectifs de qualité favorisent la sensibilisation à la qualité au sein de toutes les rédactions du groupe 20-Minuten.

Instrument de travail médias pendulaires

Extrait de la liste des critères : objectifs cibles jusqu'au 1er juillet 2021
Amélioration en points : échelle de 1 à 10

Top Qualitätskriterien	20 Minuten (Web)	20 Minuten (Print)	20 minutes (Web)	20 minutes (Print)	L'essentiel (Web f)	L'essentiel (Web d)	L'essentiel (Print)	Heute.at (Online)	20 minuti (Online)	20 minuti (Print)
Community & User Generated Content Community & User Generated Content	+3	+3	-	-	-	-	-	work in progress	work in progress	work in progress
Rechtschreibung/Grammatik Orthographe/Grammaire	+5	-	+1	+1	+2	+1	-			
Service – Verminderung von Komplexität, Lebenshilfe Services – ressources, conseils, tutoriels	+2	+1	+1	+2	-	-	-			
Tempo Rapidité	+3	+1	-	-	+1	+1	-			
Titelsetzung Titrage	+4	+1	-	-	+1	+1	+2			
Video Vidéo	+3	-	+3	-	-	-	-			
Bild Photo	-	+2	-	-	+1	+1	+2			

Goldbach

Michi Frank

CEO

Goldbach : établissement en tant que « Swiss Media Sales House »

- En tant que **Swiss Media Sales House,** Goldbach offre une **plateforme** centrée sur le client, programmatique et **cross-média**, neutre et ouverte à d'autres partenaires et clients
- Nous développons des **offres cross-média** qui procurent à nos clients la plus grande visibilité possible, en créant une **valeur ajoutée pour les annonceurs** grâce à la transparence et au ciblage du contenu publicitaire sur la base de données.
- Nous générons des **contacts publicitaires** au sein de la **région DACH**
- Notre publicité **atteint** les **groupes cibles** voulus au bon **moment**, au bon **endroit**

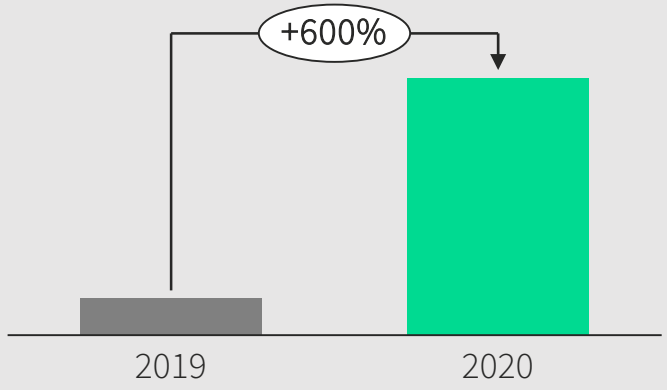
La nouvelle structure de Goldbach fait ses preuves sur le marché

1

Goldbach Publishing

- Goldbach Publishing lancé avec succès et reprise au cours de l'exercice sous revue de titres nationaux et internationaux dans la commercialisation tierce

Titre dans la commercialisation tierce

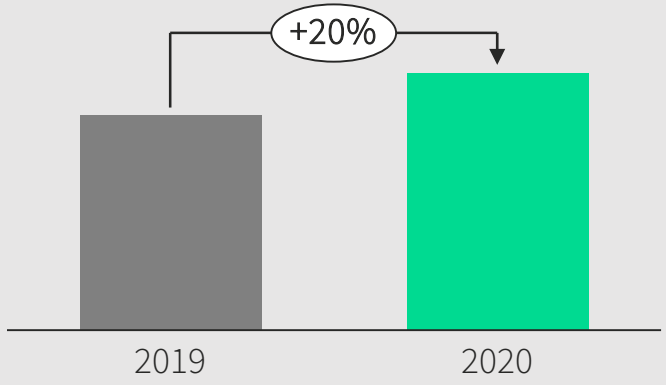


2

Inventaire vidéo

- L'inventaire publicitaire dans le secteur de croissance a augmenté de manière significative

Ad Impressions inventaire vidéo

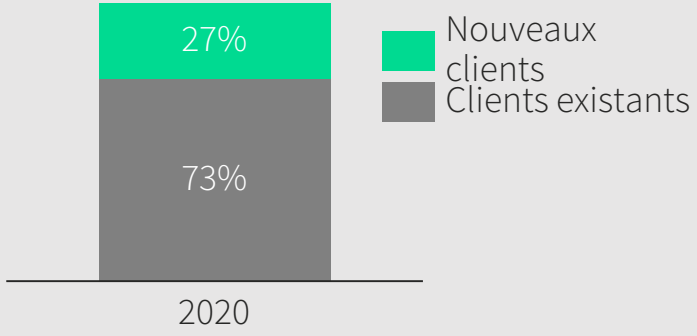


3

Goldbach Media

- Après une chute des ventes lors du premier confinement, le budget Sales-TV a été dépassé au cours des troisième et quatrième trimestres. Cependant, les campagnes stoppées au printemps n'ont pas pu être rattrapées.

Nombre de clients dans le domaine TV



Les principaux projets en 2021

1

- TV : mise en place d'une plateforme Replay Ad :
  Développement de la plateforme de marché (Replay Ad Portal) en 2021 et connexion technique avec les outils de planification et de réservation des distributeurs pour la diffusion de nouvelles formes de publicité à la télévision (replay ads) en 2022

2

- Marketing de réseau :
  Marketing de réseau intense avec meilleure qualité de données grâce à la collaboration avec TX Markets. Portée de grande qualité dans le domaine Video & Display Ads avec Brand Safety pour les clients.

3

- Offres cross-media :
  Commercialisation d'offres cross-média à 360 degrés. 2021 : deux offres cross-média majeures à Pâques et Noël

TX Markets

Olivier Rihs

CEO

TX Markets désormais avec sa holding et sa vision propres

Vision:
Everyday decisions made simple

- Nous et nos marques nous sommes donné pour **mission** de simplifier les **nombreuses décisions de notre vie quotidienne**. Cela comprend la recherche d'un emploi, d'une voiture et d'un bien immobilier, ainsi que l'achat/la vente d'objets quotidiens ou uniques.
- Nous voulons **aider les gens** à **prendre les bonnes décisions** dans un **environnement adapté, sûr et fiable**. C'est précisément ce qui nous motive à exploiter nos marchés et nos portails de petites annonces.
- L'**expertise** approfondie des **collaborateurs** des entreprises de notre portefeuille est complétée par les **connaissances spécialisées des équipes centrales**.

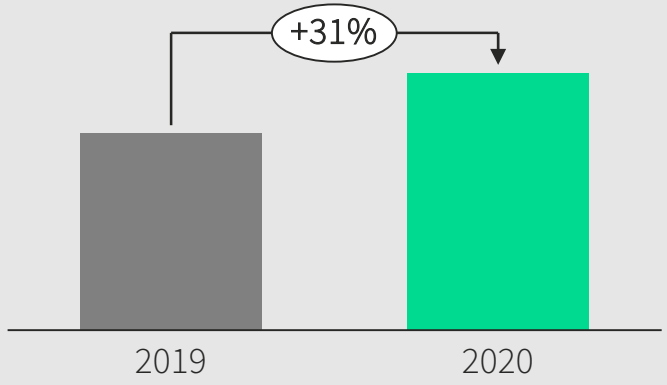
Les plateformes numériques se développent de manière réjouissante

1

Ricardo et Tutti

- Chez Ricardo et Tutti, le nombre de transactions ainsi que le volume des échanges ont augmenté de manière significative en raison du boom de l'occasion et du fait que les gens étaient davantage à la maison, ce qui a permis une année record

Transactions par mois chez Ricardo

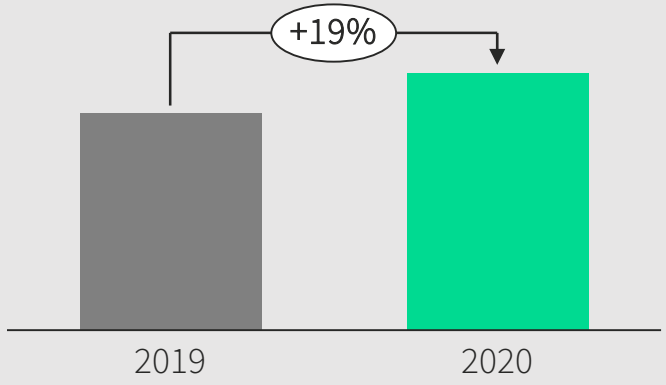


2

Homegate

- Homegate a renforcé sa position de leader sur le marché suisse grâce à des investissements supplémentaires dans le domaine de l'ingénierie

Nombre de sessions

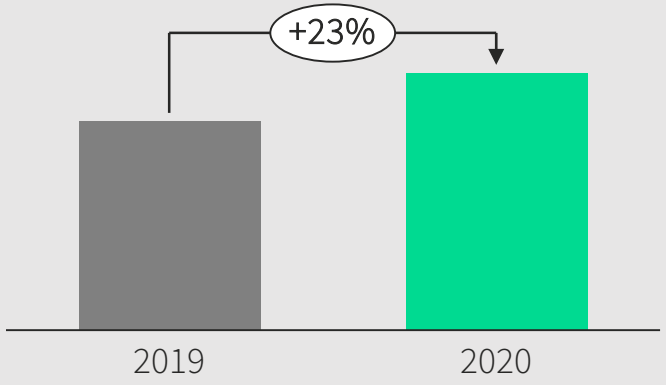


3

Car For You

- Grâce à une plateforme automobile ultramoderne offrant des services pertinents tels que l'achat direct en ligne, de nombreux concessionnaires se sont laissés séduire par Car For You.

Croissance du nombre de concessionnaires



Les principaux projets en 2021

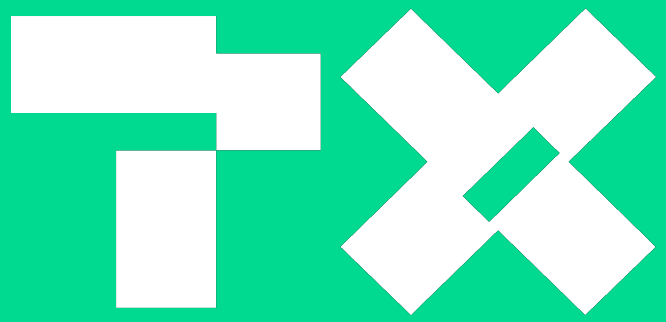
1

- Renforcer la coopération et les synergies internes : Renforcer la collaboration entre les plateformes dans certains domaines afin de promouvoir le partage des connaissances et des meilleures pratiques, et étendre les positions de leaders

2

- JobCloud : Malgré une année 2020 difficile, JobCloud a pu consolider sa position de leader du marché en Suisse et, notamment grâce à un développement continu, peaufiner de manière idéale ses technologies de recrutement innovantes pour un avenir couronné de succès

3

- Intensification des investissements de start-up et activités M&A : Investissements dans des modèles de place de marché et les technologies correspondantes, renforcer les portefeuilles existants ou les compléter. Focalisation sur les statuts de early-stage et leader du marché.

Avez-vous des questions ?