

Résultats semestriels 2020

Conférence pour les médias et analystes

Changements au niveau des principes comptables

TX Group a appliqué les normes et interprétations nouvelles et révisées ci-dessous pour la première fois dans les comptes semestriels 2020.

- IFRS 3, «Modifications relatives à la définition d'une entreprise» (modification de l'IFRS 3, «Regroupements d'entreprises») – 2020
- IAS 1 / IAS 8, «Définition du terme significatif» (modification de l'IAS 1, «Présentation des états financiers» et de l'IAS 8, «Méthodes comptables, changements d'estimations comptables et erreurs») – 2020
- IAS 39 / IFRS 9 / IFRS 7, «Réforme des taux d'intérêt de référence» (modification de l'IAS 39, «Instruments financiers: comptabilisation et évaluation», de l'IFRS 9, «Instruments financiers» et de l'IFRS 7, «Instruments financiers: informations à fournir») – 2020

Les normes et interprétations nouvelles et remaniées devant être introduites pour la première fois pour les comptes consolidés 2020 ou ultérieurs n'ont pas été appliquées par anticipation. L'introduction des normes remaniées ne devrait pas avoir de conséquences majeures sur les comptes consolidés.

Variations du périmètre de consolidation

Variations significatives au sein des sociétés/activités consolidées et associées en 2020

- Il n'y a pas eu de variations significatives du périmètre de consolidation au premier semestre 2020

Variations significatives au sein des sociétés/activités consolidées et associées en 2019

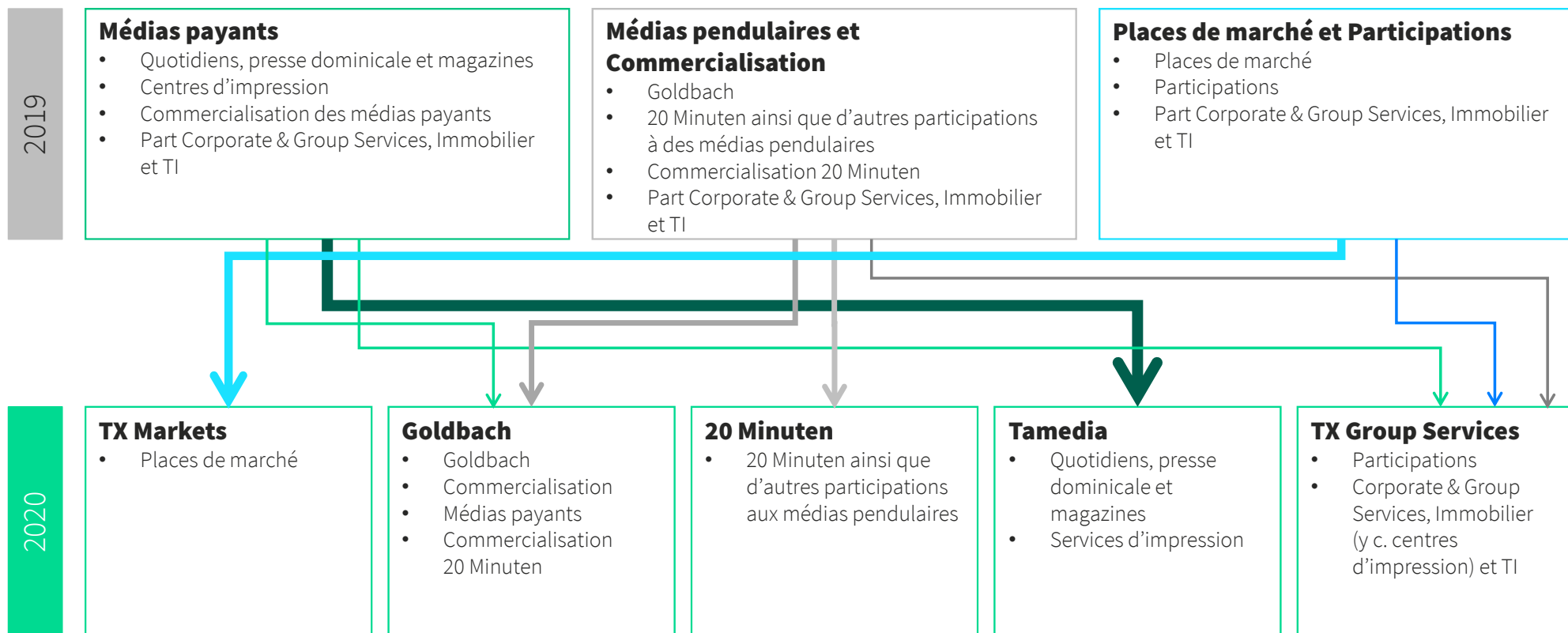
- Vente de la participation à Swisscom Directories AG en janvier 2019
- Au 1^{er} avril 2019, Tamedia SA a repris encore 21,1 % à Zattoo International AG. Conjointement avec les parts détenues jusqu'ici de 28,9 %, Tamedia SA détient désormais une majorité de 50 % et une action
- Le 30 décembre 2019, Tamedia SA a vendu sa participation intégrale à Starticket AG à See Tickets S.A., Paris
- En novembre 2019, Tamedia SA a racheté les activités de la station de radio Planet 105 de Radio 1 AG

Nouvelle segmentation à partir de l'exercice 2020 (1/2)

Restatement / informations concernant la segmentation

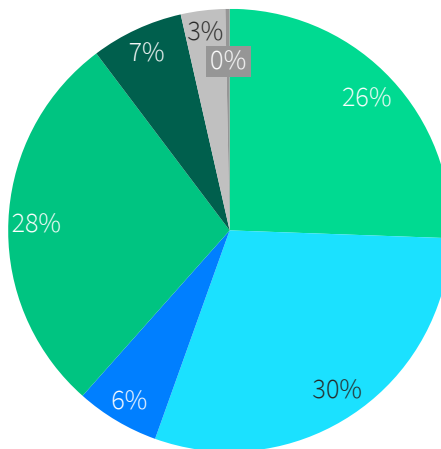
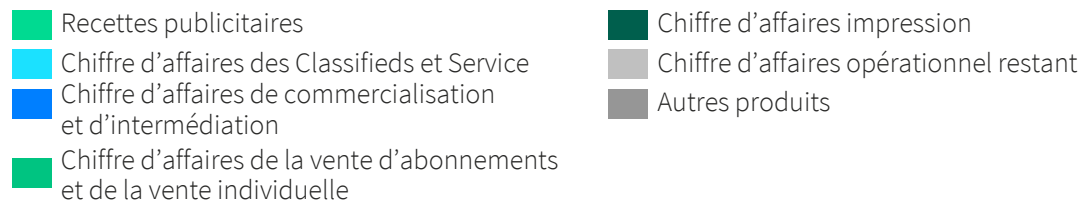
- Une organisation décentralisée constituée des quatre entreprises suivantes bénéficiant d'une large autonomie a été créée le 1^{er} janvier 2020 sous la houlette de TX Group :
 - Toutes les plateformes d'annonces et places de marchés sont intégrées dans le segment TX Markets
 - La commercialisation publicitaire est concentrée dans le segment Goldbach
 - Le segment 20 Minuten inclut les médias pendulaires en Suisse et à l'étranger
 - Les médias payants évoluent désormais sous le nom Tamedia
 - Les participations de Ventures ainsi que les prestations du groupe sont en outre regroupées dans le segment Group & Ventures
- Les transactions qui ont été effectuées dans un segment avant le restatement et qui ont été éliminées en conséquence dans le segment sont à présent réalisées en partie avec un autre segment C'est la raison pour laquelle elles sont désormais présentées comme produits et charges d'exploitation par rapport aux autres segments.
- Désormais, le chiffre d'affaires intermédié dans les segments pour lesquels des chiffres d'affaires ont été intermédiés est présenté sous forme de chiffre d'affaires tiers et la commission d'intermédiation pour ces chiffres d'affaires publicitaires apparaît dans le segment Goldbach en tant que chiffre d'affaires intersegment. Jusqu'à présent, les chiffres d'affaires intermédiés pour d'autres segments étaient présentés par le secteur Commercialisation sous forme de chiffre d'affaires tiers (et la part de chiffre d'affaires répercutée sur les segments comme diminution du chiffre d'affaires). Dans les segments pour lesquels les chiffres d'affaires ont été intermédiés, la présentation s'effectue sous forme de chiffre d'affaires intersegment.
- Les prestations centrales qui ne pouvaient pas être directement affectées étaient distribuées entre les segments au moyen d'une clé avant le restatement. Désormais, ces coûts sont générés chez Group & Ventures et sont imputés aux segments. Les collaborateurs des fonctions centrales figurent désormais sous Group & Ventures. Avant le restatement, une affectation aux segments était également réalisée ici au moyen d'une clé.
- Outre la répartition évoquée des segments antérieurs, des transferts mineurs d'activités ont eu lieu dans le cadre de la réorganisation. Ainsi, l'activité Encore est désormais présentée dans le Segment 20 Minuten (auparavant Médias payants) et l'activité La Sélection Immostreet apparaît désormais dans le segment Tamedia (auparavant Médias pendulaires et Commercialisation).

Nouvelle segmentation à partir de l'exercice 2020 (2/2)

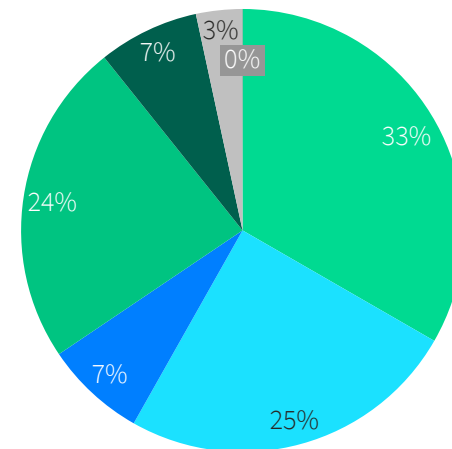


Compte de résultat étendu : nouvelles catégories de chiffre d'affaires

– TX Group articule les revenus dans le compte de résultat en fonction du type de prestation. Dans le sillage de l'évolution des médias, de nouveaux secteurs d'activité ont pris de l'importance pour TX Group. Afin de tenir compte de cette évolution, la présentation des chiffres d'affaires dans le compte de résultat consolidé a été étendue. Parallèlement, l'affectation des chiffres d'affaires et des charges entre les postes affichés a été vérifiée et en partie adaptée. Désormais, les salaires externes sont notamment présentés comme prestations de tiers au poste «Charges de matériel et prestations de tiers» et non plus dans les charges salariales. Les informations de l'année précédente ont été ajustées en conséquence.



2020-6
Chiffre d'affaires TX Group



2019-6
Chiffre d'affaires TX Group

Amortissements des marques à partir de l'exercice 2020 – Impairment

Adaptation des principes d'évaluation des actifs immobilisés incorporels

Les amortissements résultant des fusions d'entreprises ont augmenté de 4.8 millions de francs, à 34.9 millions de francs. La hausse résulte principalement des amortissements sur les marques de Tamedia. Il a déjà été précisé à ce propos dans le cadre des comptes annuels 2019 que la durée d'utilisation pour les marques ne serait plus jugée indéterminée et qu'elles seront amorties à partir du 1^{er} janvier 2020.

La durée d'utilisation attendue a été définie pour chaque marque sur la base de la diminution attendue du chiffre d'affaires. Pour les différentes marques à hauteur de 115.5 millions de francs (situation au 31 décembre 2019), la durée d'utilisation déterminée se situe entre 8 et 20 ans.

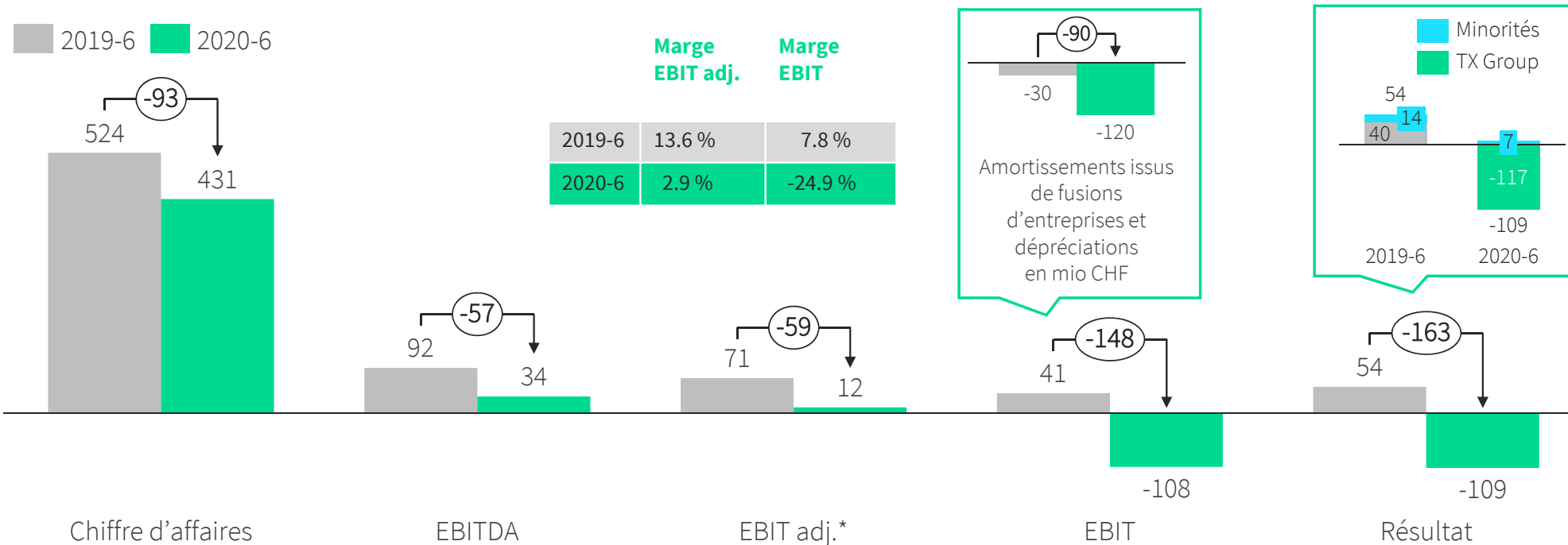
Impairment

Les journaux imprimés souffrent de l'érosion de leurs chiffres d'affaires publicitaires, dont le recul a été accéléré par la crise Corona et le nombre de leurs abonnés diminue également. Les nouveaux abonnements et chiffres d'affaires publicitaires numériques sont encore loin de compenser ces baisses. Il faut donc s'attendre à une baisse des cash-flows futurs pour le segment Tamedia. Compte tenu de ces évolutions, la valeur intrinsèque du goodwill et des immobilisations incorporelles à durée d'utilisation indéterminée de l'unité générant des moyens de paiement Tamedia a été vérifiée dans la perspective d'une dépréciation. La vérification de la valeur intrinsèque a été réalisée sur la base de la valeur d'utilité, dont la détermination tient compte du taux de

croissance, du taux d'escompte et d'autres hypothèses. Le calcul des valeurs d'utilité a été réalisé selon la méthode de la valeur de rendement et repose sur les valeurs réalisées au cours de l'exercice sous revue, la prévision pour 2020 et les attentes à moyen terme pour Tamedia. Les dernières estimations concernant l'évolution des revenus et des coûts sont en outre prises en compte. En raison de l'évolution actuelle et de l'incertitude persistante concernant les perspectives à long terme du marché des médias payants, les estimations pour les cash-flows attendus à l'avenir et, partant, pour les prévisions de croissance ont été réduites de -4,4 % à -5,4 %. La hausse du taux d'escompte avant impôts de 7,6 % à 8,5 % a également eu un impact négatif sur l'évaluation.

La vérification a révélé une valeur réalisable de 176.0 millions de francs et un besoin de dépréciation à hauteur de 85.0 millions de francs pour Tamedia, qui pèsera en conséquence sur le résultat semestriel de TX Group.

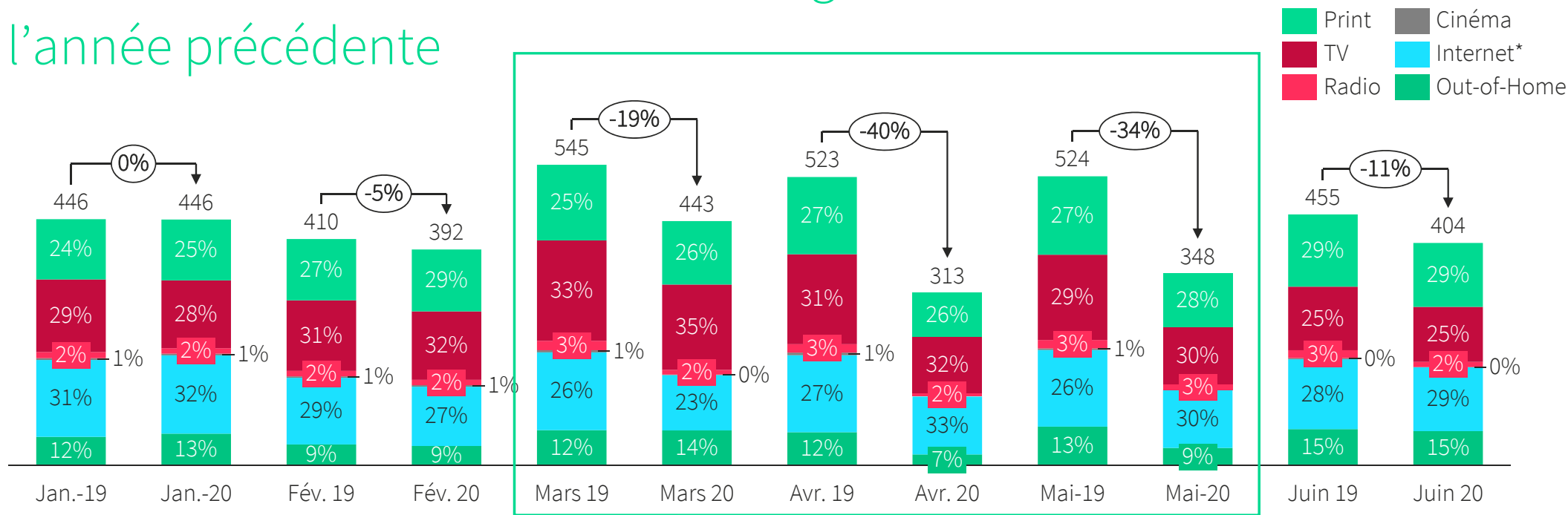
Le résultat est influencé par le fléchissement conjoncturel en raison de la crise du coronavirus et de la dépréciation chez Tamedia



Chiffre d'affaires et résultat 2020-6 en mio. CHF

*Résultat opérationnel avant les effets des fusions d'entreprises

Baisse des recettes publicitaires d'environ 20 % – notamment les mois de mars, avril et mai sont significativement inférieurs à l'année précédente



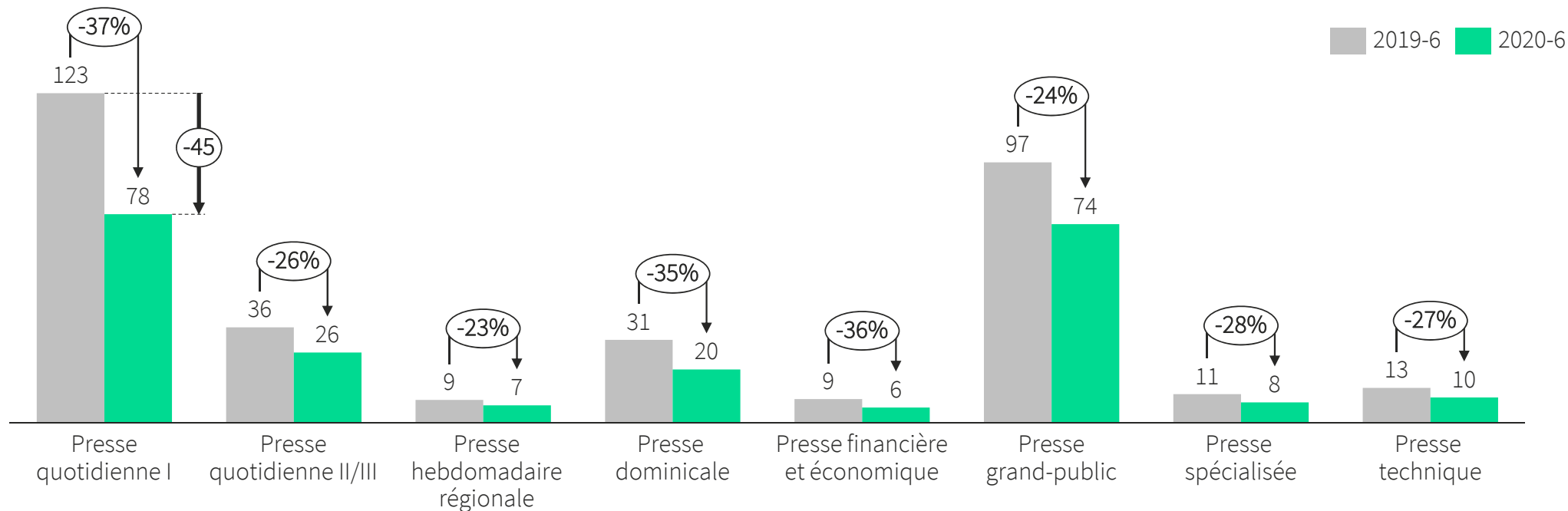
Marché publicitaire suisse brut en mio. CHF

Source : Media Focus Jan-juin 2019 / 2020

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

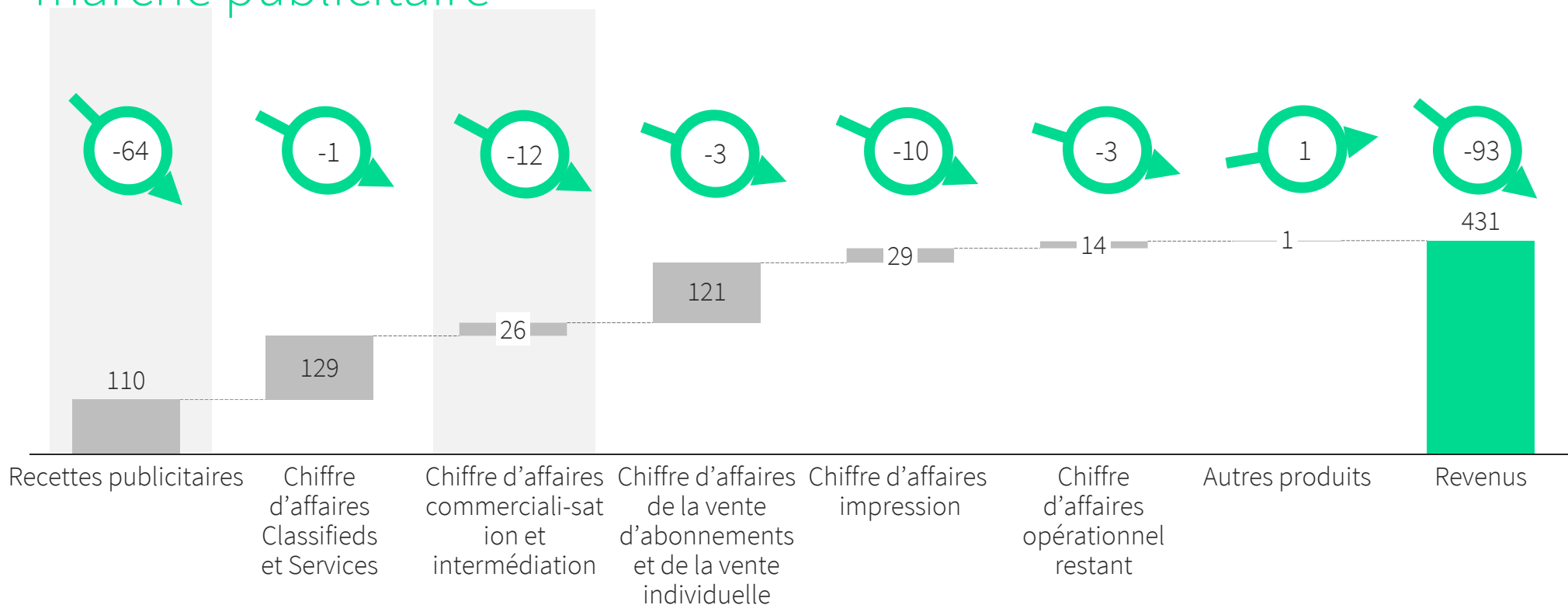


Journaux suprarégionaux et presse dominicale particulièrement sévèrement touchés par le recul de la publicité Print



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

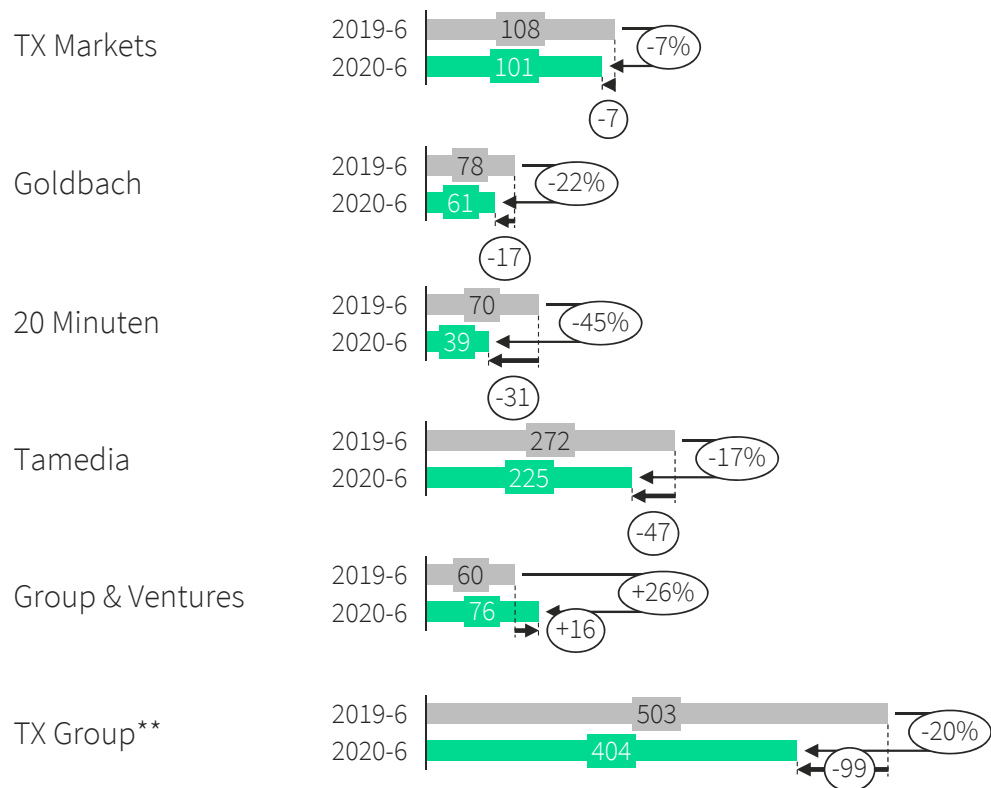
Perte de recettes de plus de 80 % motivée par la régression du marché publicitaire



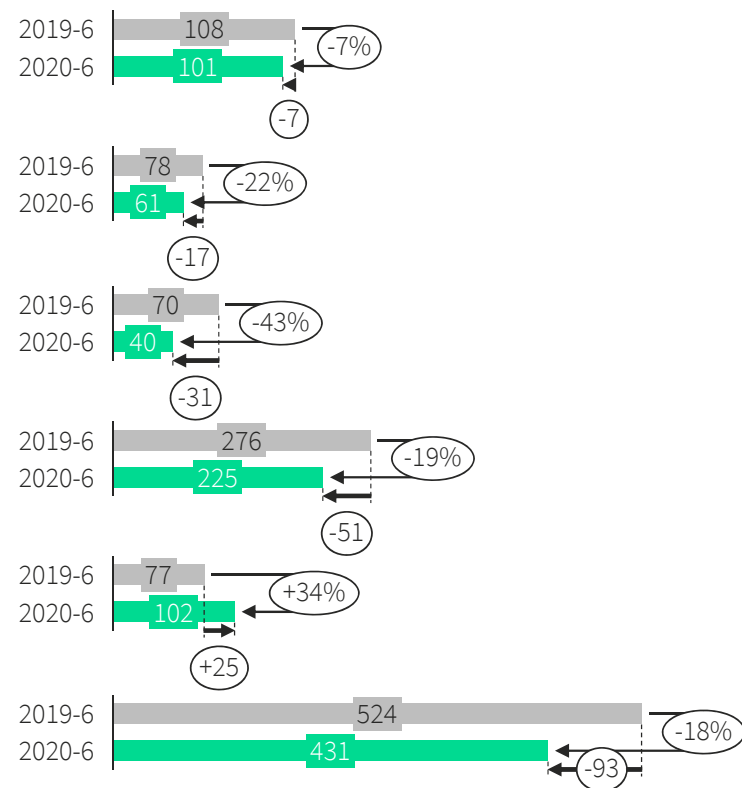
Types de revenus



Recul du chiffre d'affaires organique de 20 %



Croissance du chiffre d'affaires organique en mio. CHF



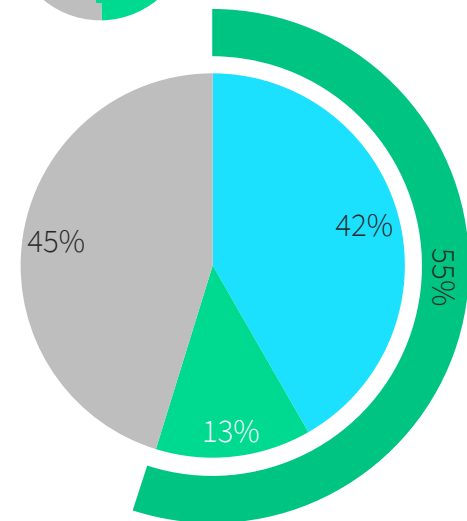
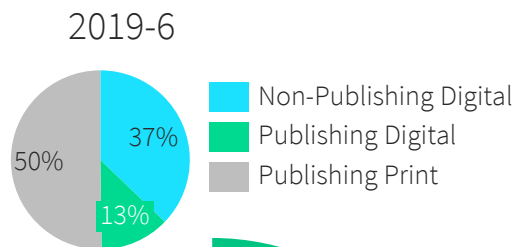
Croissance du chiffre d'affaires consolidé en mio. CHF

*Business Units ou sociétés associées, ayant été prises en compte tous les 6 mois dans la consolidation, aussi bien en 2018-6 qu'en 2019-6. Éliminations et transferts IAS 19 n'ont pas été pris en considération.

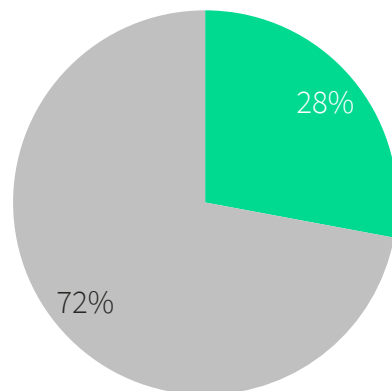
** Éliminations et transferts IAS pris en considération.



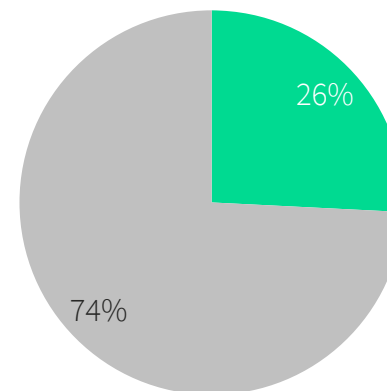
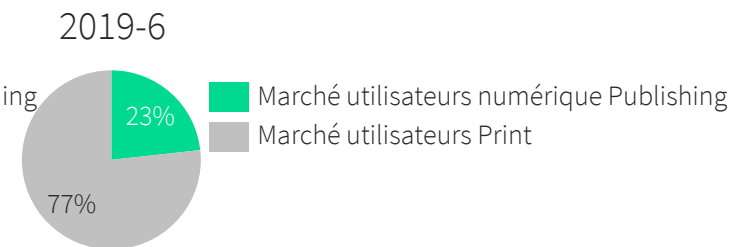
La part numérique du chiffre d'affaires progresse à 55 %



2020-6
Chiffre d'affaires TX Group :
numérisation pro-forma



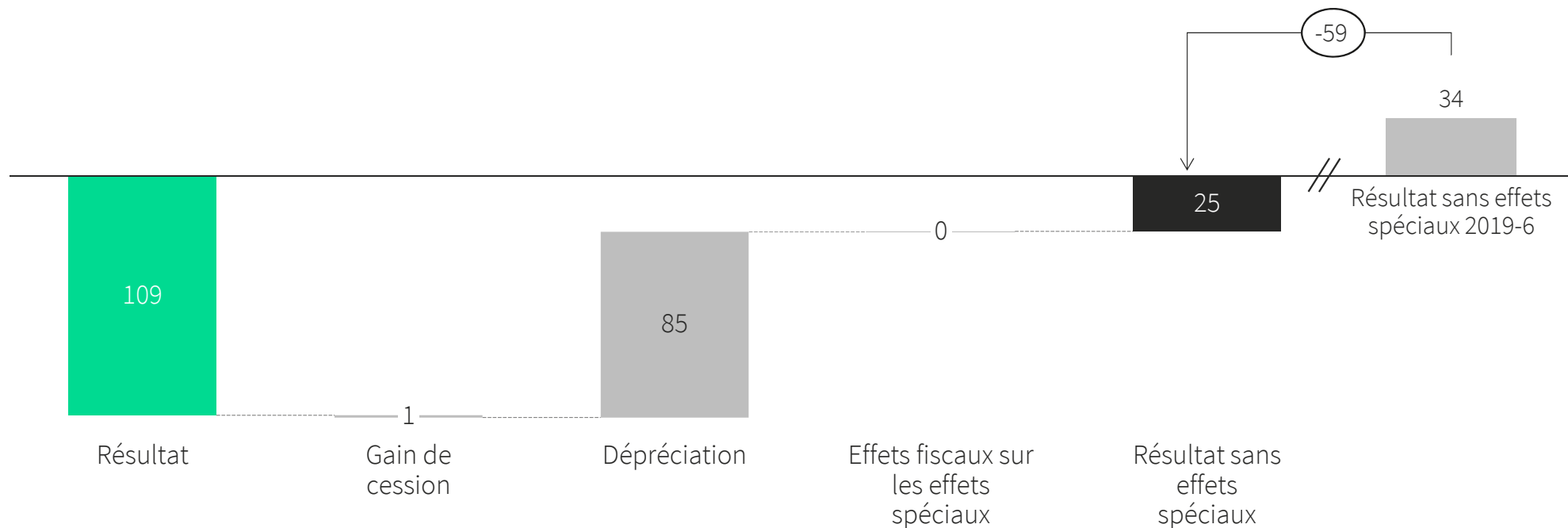
2020-6
Chiffre d'affaires marché publicitaire
Publishing : numérisation pro-forma



2020-6
Chiffre d'affaires marché des utilisateurs
Publishing: numérisation pro-forma

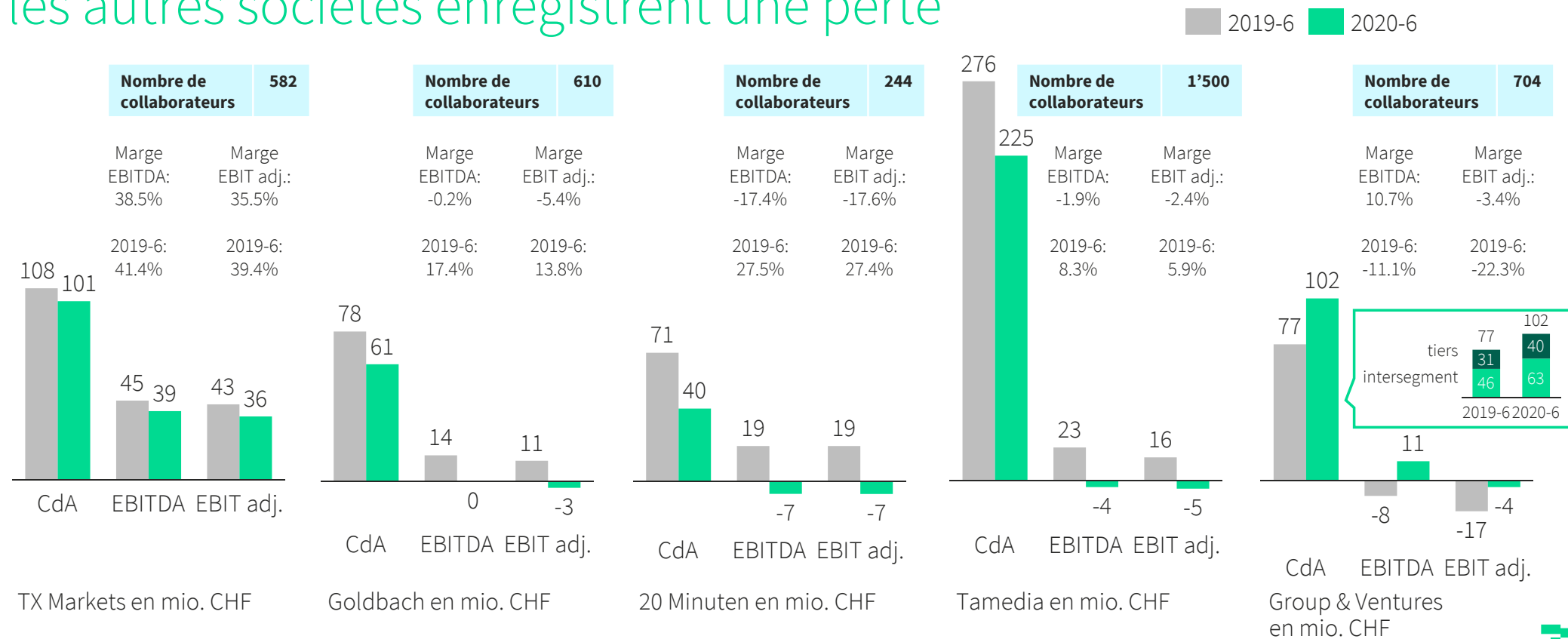


Résultat normalisé de 59 mio. CHF en dessous de celui de la même période l'année précédente



Résultat normalisé 2020-6 en mio. CHF

TX Markets conserve une marge élevée – les autres sociétés enregistrent une perte



TX Markets en mio. CHF

Goldbach en mio. CHF

20 Minuten en mio. CHF

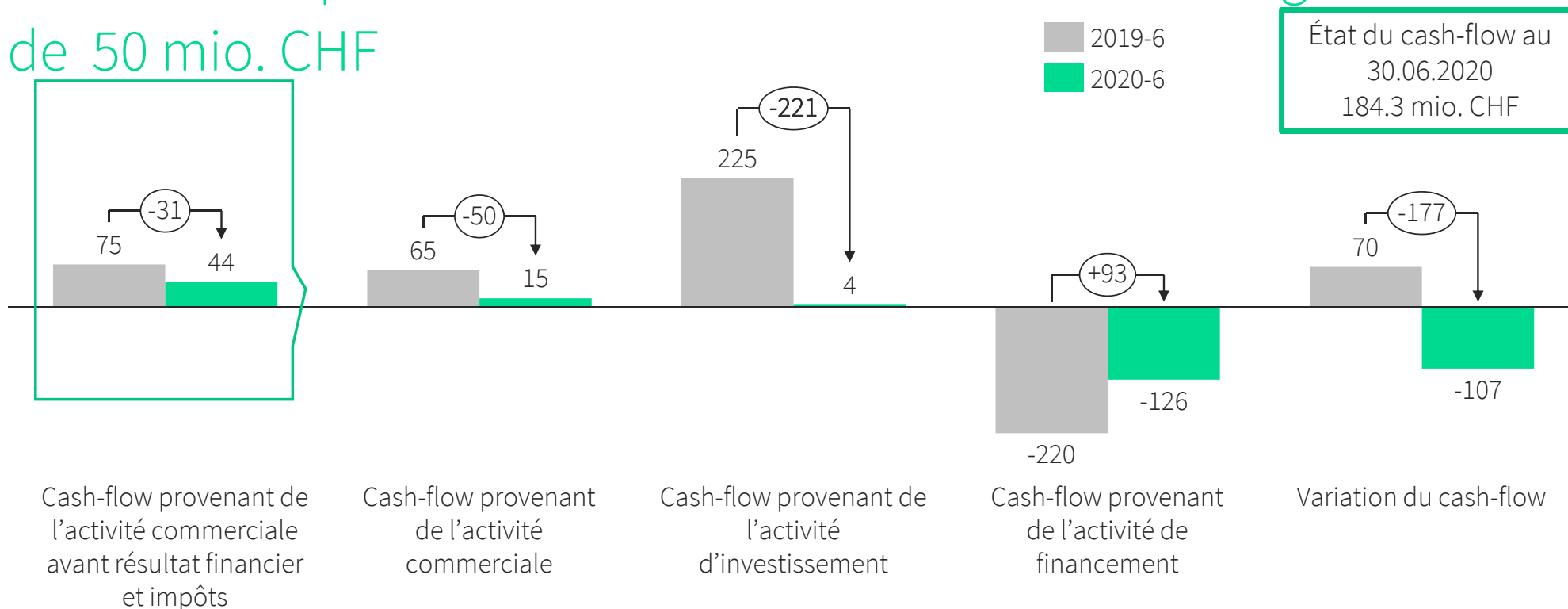
Tamedia en mio. CHF

Group & Ventures en mio. CHF

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

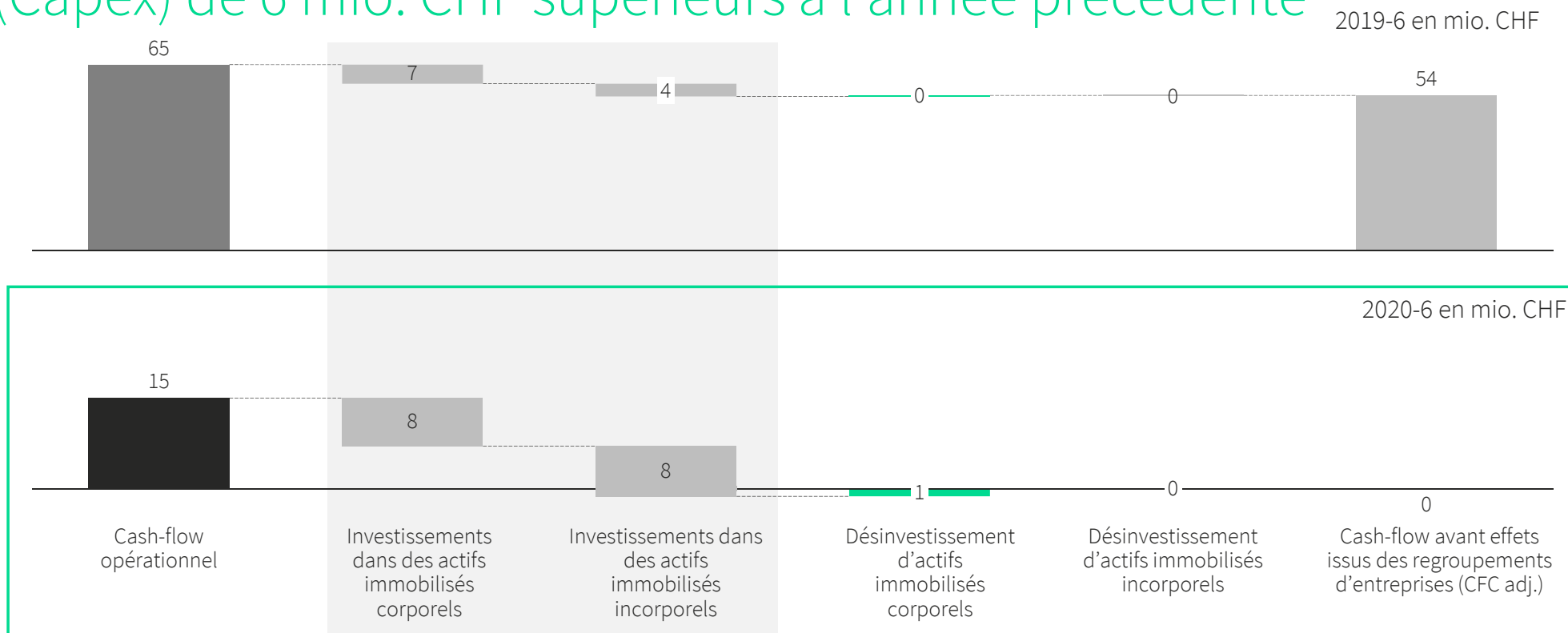


Le cash-flow provenant de l'activité commerciale a régressé de 50 mio. CHF

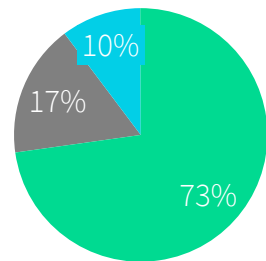


Cash-flow de l'exercice 2020-6 en mio. CHF

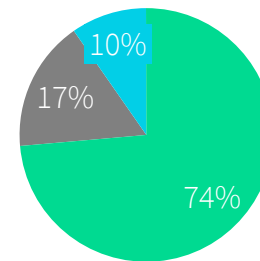
Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles (Capex) de 6 mio. CHF supérieurs à l'année précédente



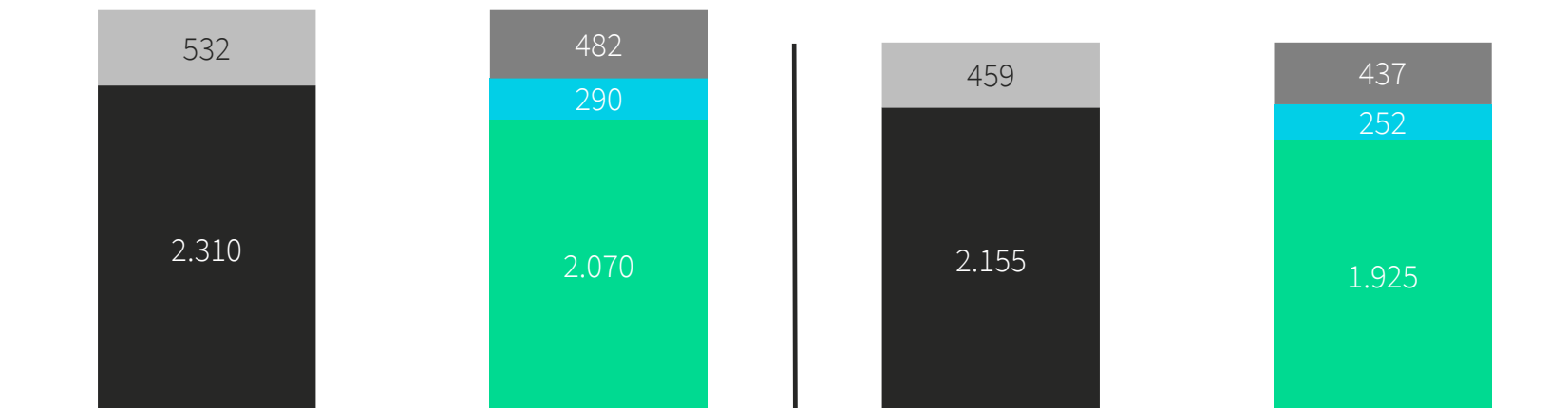
Croissance du ratio de fonds propres à 74 %



- Actif circulant
- Actifs immobilisés
- Fonds étrangers à court terme
- Fonds étrangers à long terme
- Fonds propres



Trésorerie nette
au 30.06.2020
112.0 mio. CHF

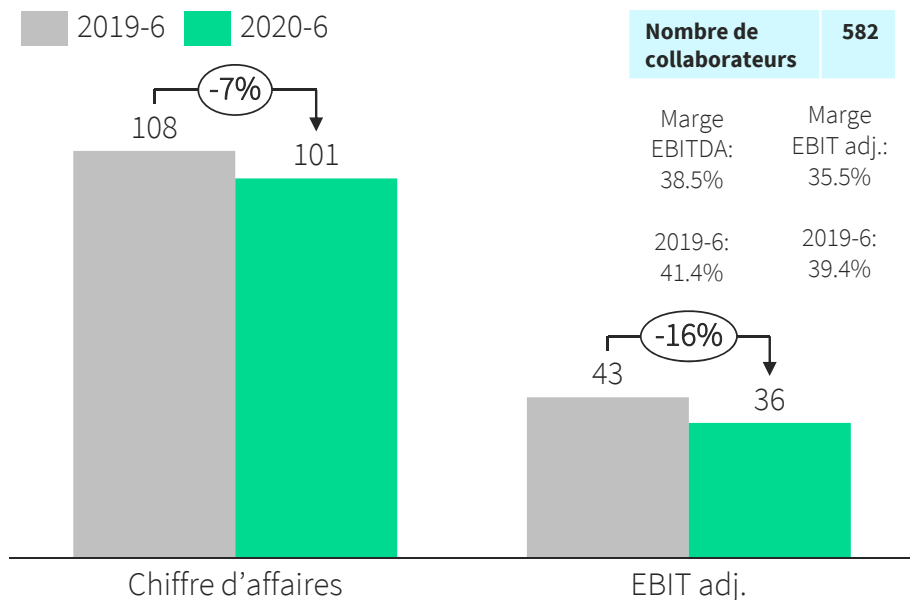


Sans les parts
minoritaires, le taux
de fonds propres
atteint 63 %

2019-6 2019-6 2020-6 2020-6
en mio. CHF

TX Markets

Evolution positive des places de marché Ricardo et tutti.ch – JobCloud a souffert de la crise du coronavirus



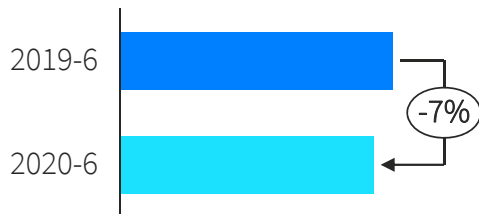
- TX Markets inclut le portail de l'emploi JobCloud, la plateforme immobilière Homegate, les places de marché en ligne Ricardo et Tutti, la place de marché automobile Car For You ainsi que la place de marché de mode Trendsales au Danemark
- JobCloud déplore un recul du chiffre d'affaires et du résultat en raison de la crise du coronavirus. Il a toutefois étendu ses prestations de services et a pu conserver sa position de leader du marché
- Malgré le fait que les transactions immobilières sur Homegate aient aussi été touchées à court terme par la crise du coronavirus, il a été possible de générer 20 % de leads en plus par rapport à l'année précédente
- Ricardo enregistre une croissance du volume de marchandises brut de 16 % ainsi que 30 % de ventes en plus par rapport à l'année dernière, signifiant une nette augmentation de son résultat



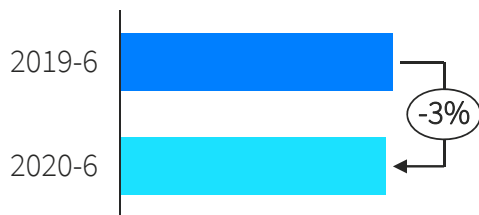
Vue d'ensemble de TX Markets en mio. CHF

Marché de l'emploi à la merci de la conjoncture – bonne performance de Homegate – croissance significative de Ricardo et Tutti

JobCLOUD



Sessions par mois

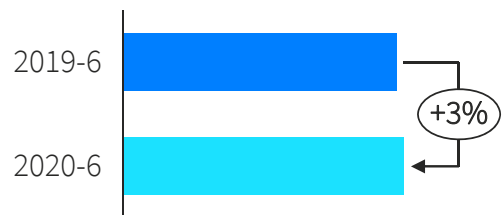


Nombre de postes publiés par mois

homegate.ch

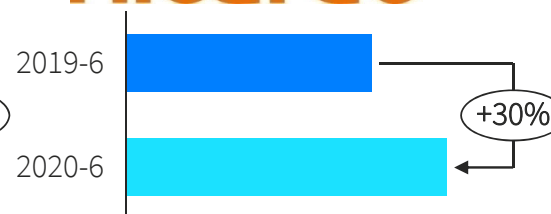


Sessions par mois

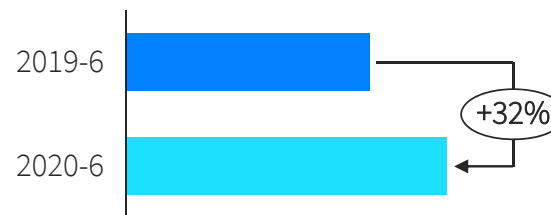


Nombre moyen d'objets publiés

Ricardo

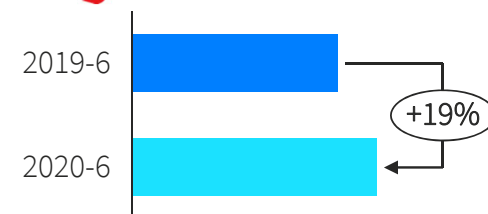


Sessions par mois



Nombre moyen de transactions de particuliers par mois

tutti.ch



Sessions par mois

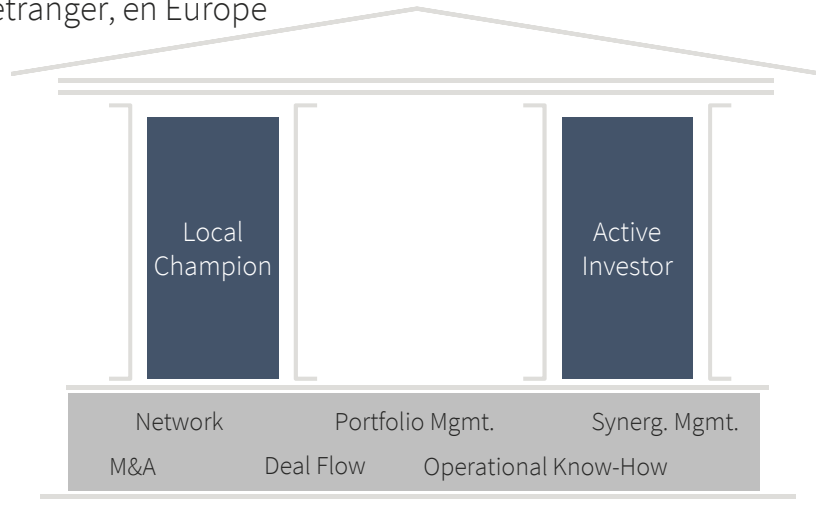


Nombre d'objets publiés par mois

Perspectives : TX Markets développe un écosystème de plateformes et crée ainsi un potentiel de coopération

Stratégie basée sur deux piliers :

- Etendre le leadership sur le marché suisse
- Se présenter comme un investisseur actif en Suisse et à l'étranger, en Europe



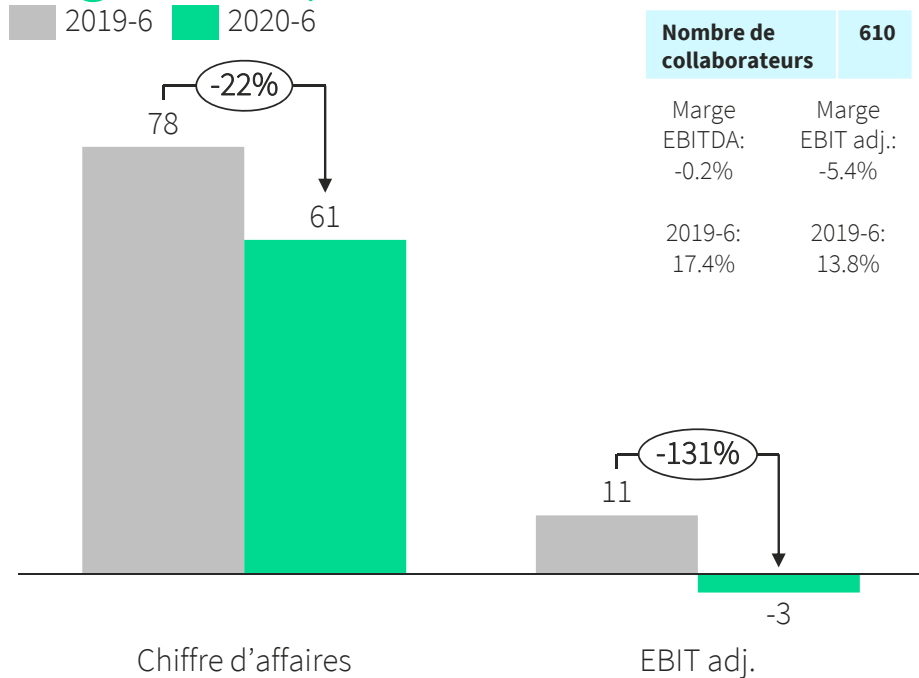
Objectifs :

- Le développement d'un écosystème de plateforme permet d'accélérer la croissance et d'augmenter la capacité de résistance ; l'approche stratégique du « Local Champion » est ainsi renforcée
- TX Markets repère les importants potentiels de coopération entre les différentes places de marché et plateforme de petites annonces



Goldbach

Goldbach fortement touché par l'effondrement de la publicité engendré par la crise du coronavirus



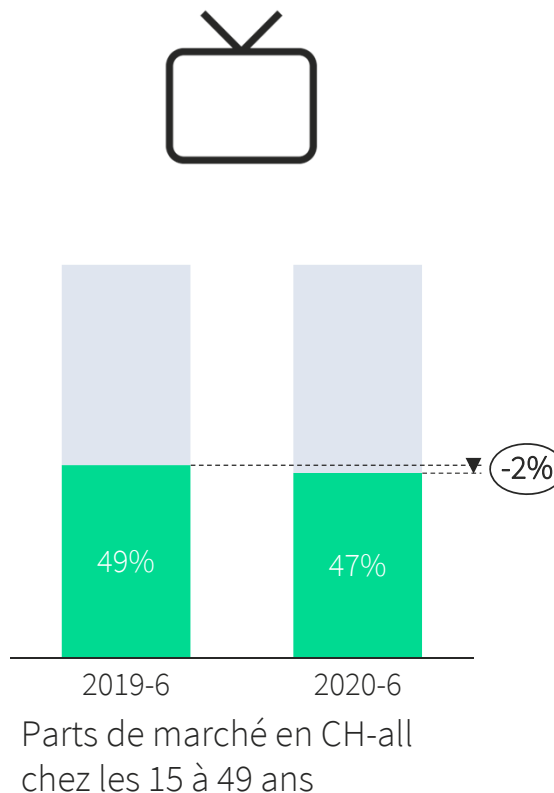
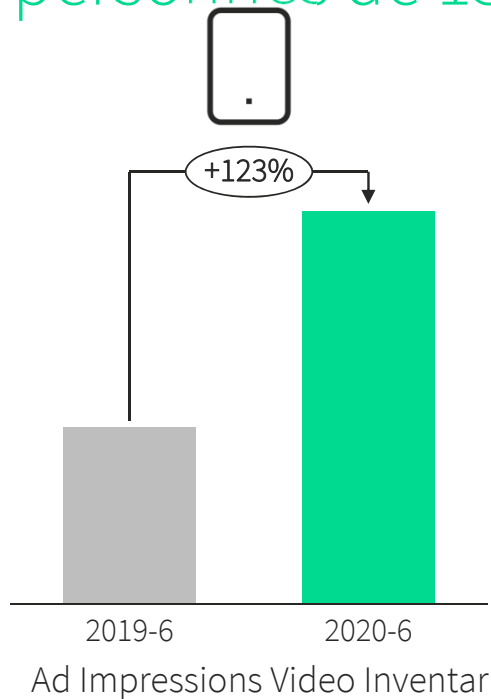
Nombre de collaborateurs	610
Marge EBITDA:	Marge EBIT adj.:
-0.2%	-5.4%
2019-6:	2019-6:
17.4%	13.8%

- Goldbach comprend notamment l'entreprise de commercialisation de vidéos Goldbach Media, l'entreprise de commercialisation en ligne Goldbach Audience, l'entreprise de commercialisation audio Swiss Radioworld, l'entreprise de commercialisation Out-of-Home Neo Advertising, le centre de compétence technologique et de service Goldbach Next et l'agence de performance numérique Dreifive
- Effondrement significatif de la publicité télévisée et Print en raison de la crise du coronavirus, découlant sur un résultat opérationnel négatif
- Nouveaux mandats de commercialisation tierce : reprise de nouveaux mandats de commercialisation dans le domaine du Publishing
- Début de la commercialisation des surfaces publicitaires Out-of-Home à Berne par Neo Advertising
- Solution de branche pour Replay TV (à partir de 2022)

Vue d'ensemble de Goldbach en mio. CHF

GOLDBACH

Forte croissance de l'inventaire des vidéos Ad Impressions – 47 % des parts de marché en Suisse alémanique chez les personnes de 15 à 49 ans



Neo Advertising :
Début de l'année avec la commercialisation de 1 800 nouvelles surfaces publicitaires dont 730 panneaux d'affichage en ville de Berne.

Tous les indicateurs se rapportent au marché suisse

Perspectives : Goldbach promeut le développement d'un Swiss Media Sales House

Développement de la marque

- Pendant le confinement, une baisse des réservations de publicités s'est opposée à une **utilisation massivement plus intense des médias**
- La **consolidation** du marché progresse et les **offres cross-médias** vont prendre de l'importance
- Des sociétés de commercialisation publicitaires renommées investissent dans les **technologies AD** et ouvrent la voie à de nouveaux secteurs d'activité
- **Accalmie de la situation publicitaire** et perspective que le marché soit nettement plus dynamique au 2^e semestre

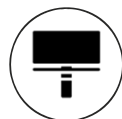
Objectifs stratégiques



Développement d'un **Swiss Media Sales House** et de modèles commerciaux ainsi qu'intégration de partenaires



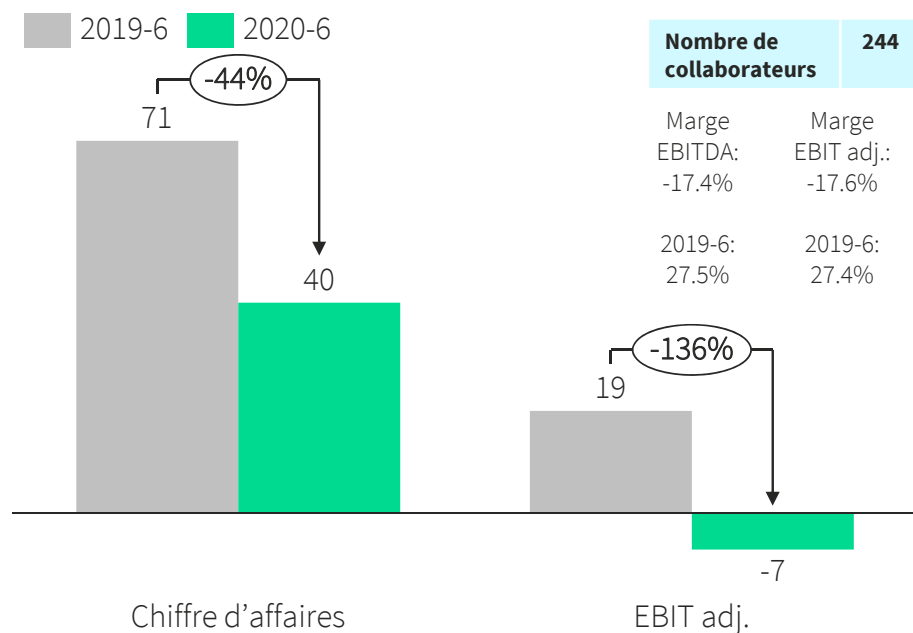
Sécurisation de l'activité principale en Suisse avec une gamme d'offres multimédias et compétence numérique



Croissance profitable dans la publicité externe avec des innovations technologiques et des alliances stratégiques

20 Minuten

Baisse du budget publicitaire et absences de pendulaires induisent un résultat opérationnel négatif

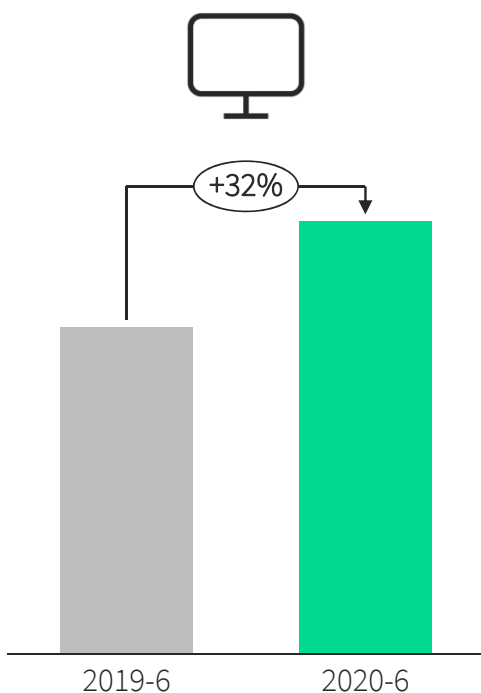


- L’entreprise 20 Minuten inclut le groupe de médias 20 minutes ainsi que les participations dans Heute et heute.at en Autriche, BT au Danemark et L’essentiel au Luxembourg
- Utilisation record de la version numérique de 20 minutes
- Net recul du chiffre d’affaires dû à la baisse du budget publicitaire conditionnée par la crise
- La part numérique des recettes publicitaires atteint déjà 56 %
- Tirage des journaux pendulaires réduit pendant le confinement à des fins d’économie des coûts et nouveaux canaux de distribution (commerce de détail) mis en place
- Lancement de la nouvelle app mobile numérique et de la plateforme d’information en avril 2020

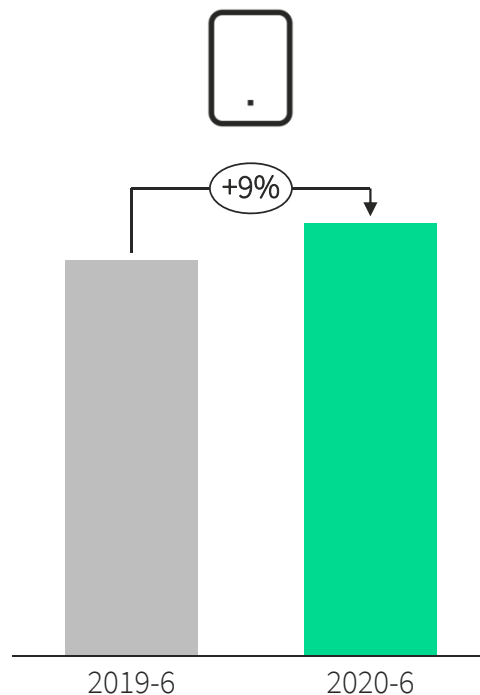
Vue d’ensemble de 20 Minuten en mio. CHF



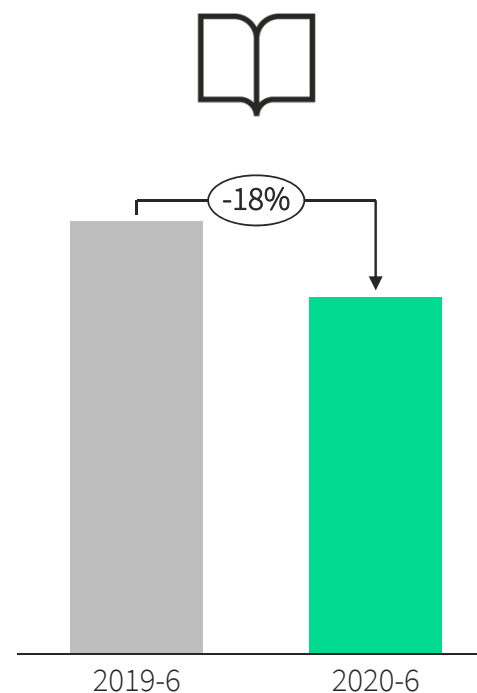
20 Minuten affiche une forte croissance numérique – recul de la diffusion Print également en raison du confinement



Unique Clients 20 Minuten sur le plan national

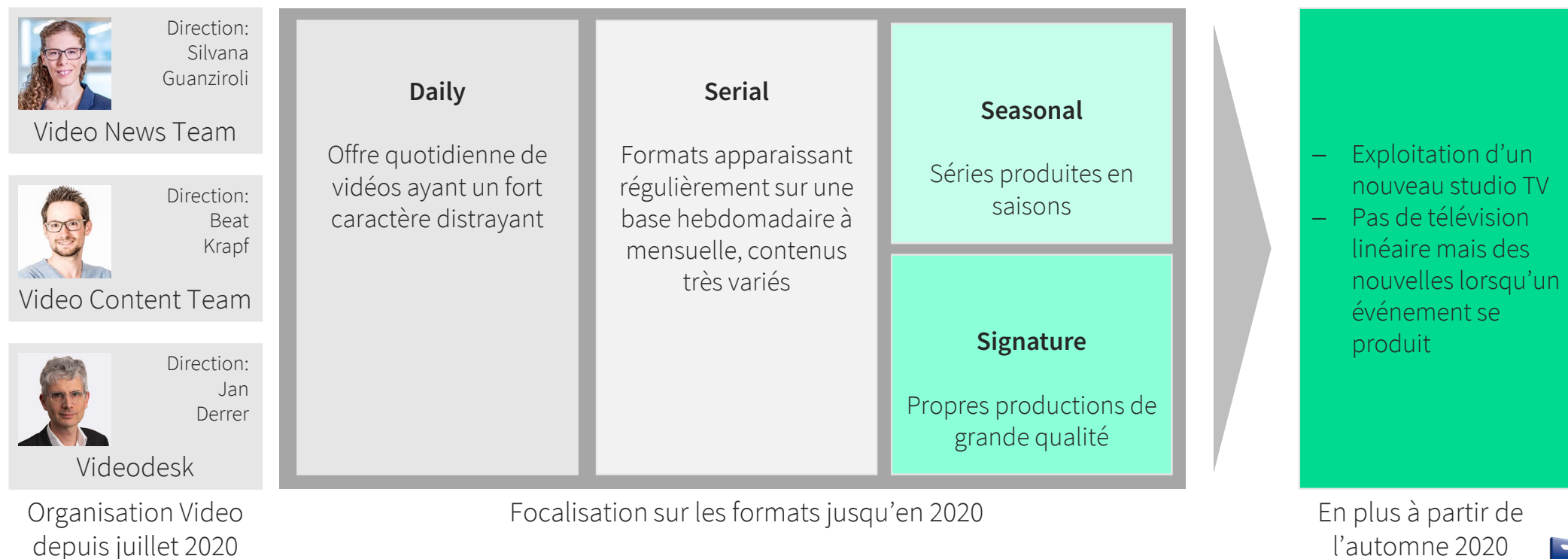


Visits 20 Minuten sur le plan national



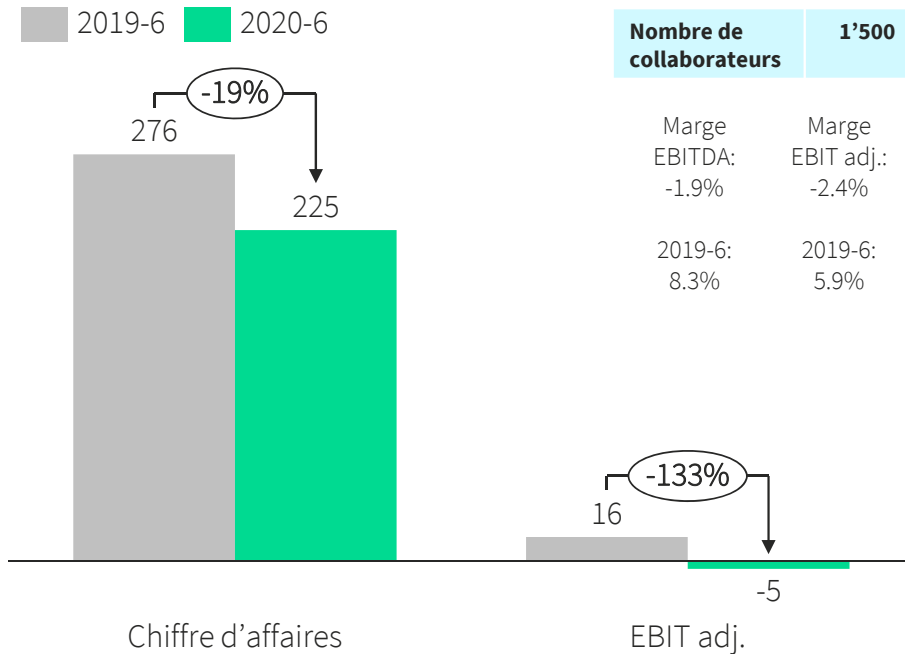
Diffusion Print 20 Minuten sur le plan national

Perspectives: un tiers des journalistes actifs dans le secteur vidéo – mise en service du studio TV en automne



Tamedia

L'érosion du marché publicitaire et le recul du marché des utilisateurs Print engendrent un résultat opérationnel négatif

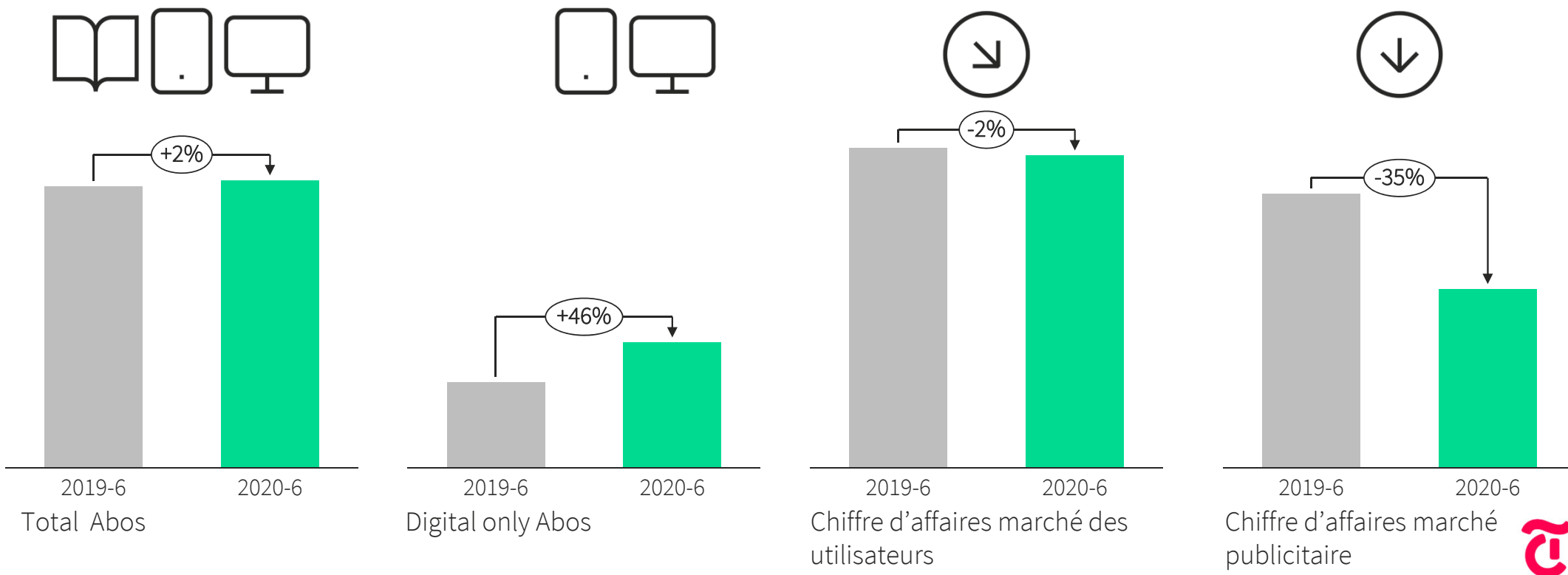


Vue d'ensemble de Tamedia en mio. CHF

- Tamedia inclut les journaux quotidiens et dominicaux payants ainsi que toutes les prestations d'édition
- Effondrement du marché publicitaire en raison de la crise du coronavirus
- Poursuite de la régression du marché des lecteurs Print, impossible à compenser par l'augmentation significative des abonnements numériques
- Le Dashboard de l'équipe interactive qui présentait quotidiennement les indicateurs actualisés de l'épidémie de coronavirus a suscité un vif intérêt
- Baisse des coûts de 15 pour cent ou 70 mio. CHF prévue dans les trois ans à venir



Augmentation générale du nombre d'abonnements – baisse du CdA du marché des utilisateurs en raison du recul des abonnements Print



Perspectives : plus grande focalisation sur les lecteurs, collaboration suprarégionale et augmentation des abonnements numériques

Défis :

Evolution négative du chiffre d'affaires :

- Recul des abonnements Print, la croissance des abonnements numériques ne compense pas ce recul
- Recettes publicitaires à la baisse



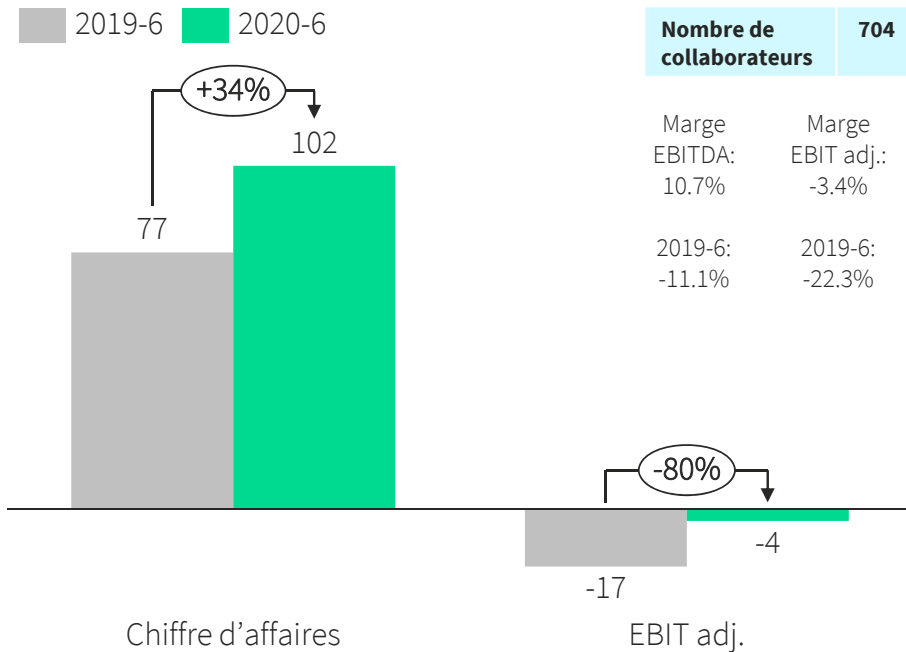
Stratégie :

- Placer les lecteurs et leurs besoins au centre des préoccupations
- Collaboration plus rapprochée dans les régions
- Rester le plus grand réseau suisse de rédactions
- Focalisation sur le produit numérique sans négliger la qualité du produit Print
- Augmentation annuelle des abonnements numériques de 35 % souhaitée



Group & Ventures

Economie des coûts de 20 % au moyen de la restructuration des services centraux



- Le segment Group & Ventures détient les participations majoritaires de TX Group dans Doodle, Olmero et Zattoo ainsi que des participations dans la Fintech (par ex. Neon et Monito). Cette unité inclut en outre le portefeuille immobilier du groupe et les services centraux
- Zattoo maintient une solide croissance de son chiffre d'affaires. Un résultat significativement positif est attendu pour l'exercice 2020
- Doodle a pu doubler son ARR au cours des 12 mois passés, Neon fournit déjà plus de 30 000 clients
- Gestion active : après Starticket, Renovero a également été vendue
- Les services centraux sont restructurés, augmentation de la standardisation et de l'automatisation ainsi que baisse des coûts du matériel – 20 % d'économies de coûts prévues au cours des trois années à venir



Vue d'ensemble de TX Group & Ventures en mio. CHF

Doodle et Zattoo maintiennent leur croissance – surtout dans les segments Subscription et B2B

Doodle

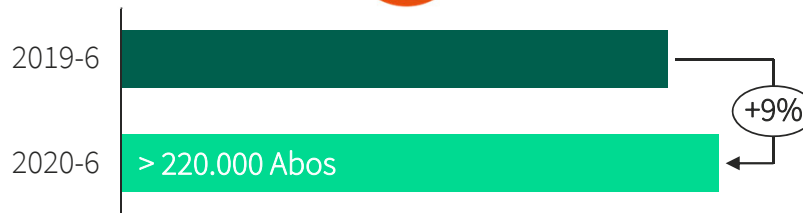


ARR (Annual Recurring Revenue ; annual run rate)



Nombre de sondages Doodle Free par mois

ZATTOO



Nombre d'abonnements B2C CH et D



Chiffre d'affaires B2B

Perspectives : le développement et la restructuration dominent les perspectives de Group & Ventures

Ventures :

- Développement de l'écosystème Consumer-Fintech
- Accélération de la croissance du groupe de divertissement Zattoo
- Développement du Software-as-a-Service-Business chez Doodle

Technology :

- Poursuite de la transformation en entreprise Cloud notamment avec le modèle de sécurité de Beyond-Corp
- Augmentation des taux de connexion et amélioration des produits publicitaires
- Investissements supplémentaires dans divers projets de la plate-forme TX-Data

Group :

- Poursuite de la mise en œuvre de la nouvelle structure d'entreprise
- Mise en œuvre du projet de coûts K2 : objectif 20 mio. CHF
- Gestion active du portefeuille et stratégie de croissance pour l'ensemble du groupe

