

Communication ad hoc selon l'art. 53 RC

Zurich, le 30 août 2022

Stabilité du chiffre d'affaires de TX Group (croissance organique 12 pour cent de plus que l'exercice précédent) – le prix élevé du papier, les investissements et les amortissements influencent le résultat

« L'environnement recèle actuellement de nombreux défis: pandémie, guerre, inflation. Si l'on ajoute à cela la transformation du secteur des médias, ces incertitudes impactent le résultat de nos entreprises traditionnelles Goldbach, Tamedia et 20 Minuten, notamment en termes de rentabilité. Plus particulièrement en ces temps difficiles, nous prêtons toute notre attention à la transformation du journalisme et de la publicité. Des modèles d'affaires durables doivent être élaborés et mis en place pour que nous puissions assumer notre rôle dans une société fondée sur les libertés, qui est et restera indispensable et irremplaçable. »

Pietro Supino, éditeur et président de TX Group

Dans un contexte économique difficile, TX Group a pu accroître son produit d'exploitation de 12 pour cent par croissance organique. Cette croissance s'explique principalement par l'excellente évolution des portails d'emploi en ligne de JobCloud (TX Group détient 50 pour cent) ainsi que des nouvelles affaires chez Goldbach dans la publicité extérieure. Avec la création de Swiss Marketplace Group SMG (TX Group détient 30.76 pour cent) en novembre 2021, le périmètre de consolidation a fortement changé. Le produit d'exploitation perdu de 55 millions de francs a pratiquement été compensé en totalité. Le produit d'exploitation consolidé a seulement baissé d'environ 2 pour cent à 445.7 millions de francs.

TX Group a enregistré une baisse de son résultat d'exploitation (EBIT avant PPA) de 40 pour cent à 28.7 millions de francs. Les prix élevés du papier, les investissements dans la commercialisation de la publicité extérieure ainsi que les amortissements de la PPA en raison de la SMG nouvellement créée sont pénalisants. De plus, l'«aide d'urgence coronavirus» de 3.1 millions de francs perçue en 2021 a été remboursée à la Confédération au premier semestre 2022, ce qui a également eu des répercussions négatives sur le résultat. Le cash-flow après investissements (FCF) a doublé par rapport à l'exercice précédent: en plus de l'amélioration du cash-flow des activités d'exploitation, la vente de Moneypark a été un succès.

Chiffres clés	2022 en millions de CHF	2021 en millions de CHF	Variation ³ en pour cent
TX Group			
Produit d'exploitation	445.7	453.3	-1.7
résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA); Marge en % ¹	61.5 13.8	72.5 16.0	-15.1 -2.2p
Résultat opérationnel avant effets des regroupements d'entreprises d'entreprises (EBIT avant PPA.) Marge en % ¹	28.7 6.4	48.2 10.6	-40.4 -4.2p
Résultat opérationnel (EBIT) Marge en % ¹	3.7 0.8	15.4 3.4	-76.2 -2.6p
Résultat opérationnel (EBIT adj.) Marge en % ¹	40.6 9.2	47.2 10.4	-13.9 -1.3p
Résultat (EAT) Marge en % ¹	1.0 0.2	21.2 4.7	-95.2 -4.5p
Cash-flow des activités d'exploitation	66.0	61.6	8.1
Cash-flow après investissements en immobilisations corporelles et incorporelles (FCF avant M&A)	50.3	49.3	2.0
Cash flow après investissements (FCF)	89.8	45.3	98.3
Total du bilan	3 377.9	2 776.9	21.6
Degré d'autofinancement (en pour cent) ²	78.0	74.7	3.3
TX Markets			
Produit d'exploitation	71.2	108.4	-34.3
EBIT adj. Marge en % ¹	53.8 75.6	43.4 40.1	23.9 35.5p
Goldbach			
Produit d'exploitation	83.6	74.0	12.9
EBIT (adj.) Marge en % ¹	0.9 1.1	9.4 12.8	-90.1 -11.6p
20 Minuten			
Produit d'exploitation	50.6	51.0	-0.8
EBIT (adj.) Marge en % ¹	2.5 4.9	1.4 2.6	82.7 2.2p
Tamedia			
Produit d'exploitation	227.7	222.4	2.4
EBIT (adj.) Marge en % ¹	0.7 0.3	7.5 3.4	-91.0 -3.1p
Group & Ventures			

Produit d'exploitation	92.2	88.6	4.0
EBIT (adj.)	-13.3	-9.0	47.4
Marge en % ¹	-14.4	-10.2	-4.2p

¹ En pour cent du produit d'exploitation

² Fonds propres par rapport au total du bilan

³ En cas de variations de valeurs comparatives avec des signes différents, aucune indication n'est fournie (n.d.). La modification de valeurs relatives (marges, p. ex.) est indiquée en points de pourcentage (p).

Indicateurs de performance alternatifs

TX Group utilise les indicateurs de performance alternatifs suivants:

- résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA);
- résultat opérationnel avant effets des fusions d'entreprises (EBIT avant PPA);
- cash-flow après investissements en immobilisations corporelles et incorporelles (FCF avant M&A);
- compte de résultat consolidé normalisé.

Détails des segments

TX Markets: excellente évolution de JobCloud

Au cours du premier semestre, le segment TX Markets a connu une excellente évolution, atteignant un EBIT (adj.) de 53.8 millions de francs. Les plateformes d'offres d'emploi de JobCloud (TX Group détient 50 pour cent de la coentreprise, entièrement consolidée) ont fortement contribué au résultat. JobCloud a pu progresser tant dans les mandats (+36 pour cent par rapport à l'exercice précédent) que dans l'acquisition de nouveaux clients (+23 pour cent par rapport à l'exercice précédent). Cela lui a permis de développer son leadership incontestable sur le marché. La plateforme d'offres d'emploi autrichienne Karriere.at (TX Group détient indirectement 24.5 pour cent, puisque JobCloud SA détient 49 pour cent; JobCloud est entièrement consolidé) a également connu une évolution très favorable et a fortement progressé. Swiss Marketplace Group (TX Group détient 30.76 pour cent) constitue la deuxième participation importante dans le segment. Malgré l'environnement difficile, l'activité opérationnelle de SMG a connu une évolution favorable au premier semestre. La jeune entreprise s'est en outre concentrée sur la finalisation de l'équipe de direction et la mise en place des structures de l'entreprise. De premières synergies ont pu être enregistrées grâce à l'optimisation des charges de marketing et à une réorganisation.

Goldbach: publicité extérieure avec nette augmentation du chiffre d'affaires

Au premier semestre, Goldbach a ressenti le vent contraire auquel était exposé l'ensemble du marché publicitaire en raison de la pandémie et de la guerre. L'EBIT (adj.) a baissé à 0.9 million de francs, la marge était à peine supérieure à 1 pour cent. Le produit d'exploitation a progressé à 83.6 millions de francs. Cette augmentation était principalement due au lancement de la commercialisation des surfaces de publicité extérieure des inventaires nouvellement acquis. Au niveau du résultat, la publicité extérieure et le nouvel inventaire n'ont pas encore déployé leurs effets. Sans surprise, ce secteur a eu une influence négative sur le résultat au premier semestre: bon nombre des nouvelles surfaces publicitaires ont dû être numérisées avant la commercialisation (effet du démarrage) et les expériences à long terme montrent que le second semestre affiche un chiffre d'affaires nettement plus élevé que le premier. Les activités de base Print et TV sont restées sous pression. Les chiffres d'affaires étaient un peu moins élevés que l'exercice précédent, du fait des circonstances actuelles et des pertes de portée résultant de l'utilisation différée dans le temps (TV) et de la transformation numérique (Print). Une compensation par de nouvelles formes de publicité dans le domaine de l'utilisation différée dans le temps est recherchée pour le secteur TV. Dans le secteur Print, Goldbach a été en mesure de compenser en partie la baisse des dépenses publicitaires par le développement de l'activité de commercialisation tierce.

20 Minuten: l'offre d'actualités la plus utilisée de Suisse

L'EBIT (adj.) s'établit à 2.5 millions de francs; la marge près de 5 pour cent. Ainsi, les revenus sont restés à un niveau modeste même au cours de la deuxième année suivant le début de la pandémie. 20 Minuten a ressenti les effets de la crise du coronavirus, tant sur le marché de la publicité que des lecteurs. La guerre en Ukraine et la conjoncture incertaine ont accentué la pression sur les chiffres d'affaires publicitaires. Globalement, le produit d'exploitation de 50 millions de francs est pratiquement inchangé par rapport à la même période de l'exercice précédent. Sur le marché des lecteurs, l'édition imprimée s'est lentement remise en s'établissant près de 20 pour cent au-dessous de la valeur de 2019. De manière inchangée, 20 Minuten a été l'offre d'actualités la plus utilisée de Suisse. L'activité de 20 Minuten à l'étranger avec des participations dans les journaux pendulaires Heute (éditeur AHW Verlag, TX Group détient 25.5 pour cent) et heute.at (éditeur DJ Digitale Medien, TX Group détient 51 pour cent) en Autriche et Edita/ L'essentiel (TX Group détient 50 pour cent) au Luxembourg a connu une bonne évolution, excellente en ce qui concerne l'offre digitale en Autriche.

Tamedia: au cœur de la transformation

Les conséquences économiques de la crise du coronavirus et de la guerre en Ukraine ont également eu une incidence importante sur Tamedia. L'EBIT (adj.) a nettement diminué au premier semestre 2022 et s'élevait encore à 0.7 million de francs. La marge s'établissait à 0.3 pour cent. Le prix élevé du papier et le remboursement – l'«aide d'urgence coronavirus» perçue à hauteur de 3.1 millions de francs en 2021 a été remboursée à la Confédération au premier semestre 2022 – ont pesé sur le résultat. Parallèlement, les incertitudes économiques, les problèmes dans les chaînes logistiques ainsi que les reportages de guerre ont eu un impact négatif sur le chiffre d'affaires publicitaire. Le produit d'exploitation a légèrement augmenté, ce qui est principalement dû à l'augmentation du prix du papier répercuté aux clients tiers. La transformation numérique de son activité reste en principe le thème prédominant pour Tamedia. La fidélisation des clients tous canaux confondus et l'augmentation du nombre d'abonnements numériques payants sont une priorité absolue. Au milieu de l'année, le nombre d'abonnements payants était de 646 000 et Tamedia a enregistré environ 146 000 abonnés numériques purs, ce qui représente une légère augmentation par rapport à l'exercice précédent. L'introduction réussie d'un nouveau logiciel dans le secteur des abonnements fin 2021 y a contribué. Il permet une meilleure segmentation et une approche optimisée des groupes cibles. Cela a contribué à une augmentation du nombre de nouvelles souscriptions au premier semestre 2022. Parallèlement, un nombre accru de sorties des «abonnements liés au confinement» a été enregistré au printemps.

Group & Ventures: les réductions de coûts au niveau du groupe sont en bonne voie

Le résultat d'exploitation (EBIT adj.) s'est établi à -13.3 millions de francs en 2022 (exercice précédent: -9.0 millions de francs). Grâce à la flexibilisation constante de l'offre et à l'adaptation des processus et systèmes, le groupe a pu continuer à optimiser les coûts. L'objectif d'économies de coûts à hauteur de 20 millions de francs d'ici à fin 2023 annoncé il y a deux ans, reste valable et est résolument concrétisé. La simplification et la numérisation des processus ainsi que la décentralisation, si judicieuse, des unités d'organisation se poursuivront à l'avenir. L'augmentation des coûts au premier semestre par rapport à la même période de l'année précédente est principalement due à la mise en place du centre de services à Belgrade, à la reprise des voyages et à des ajustements des risques débiteurs. Dans le domaine du capital-risque, TX Group a procédé, au premier semestre 2022, à des investissements dans des entreprises déjà détenues dans le portefeuille, telles que Selma, ainsi que dans de nouvelles start-up, comme Stableton. La sortie de Moneypark au printemps 2022 a été un succès. Les deux participations majoritaires Doodle et Zattoo ont vécu un premier semestre riche en événements. Doodle a créé des conditions idéales pour le développement de produits et pour des innovations produits en adoptant un nouveau backend. La transformation vers un nombre accru de clients B2B progresse. Le nombre

d'utilisateurs de Zattoo a continuellement augmenté en Suisse. Zattoo s'est notamment focalisée sur l'acquisition de nouveaux clients B2B.

Remarques concernant l'organisation

Conférence pour les analystes en anglais aujourd'hui, 30 août 2022

Horaire 14h30 - 15h30

Lieu Presseclub, Werdstrasse 21, 8004 Zurich

Webcast [Lien](#)

Questions via +41 (0) 58 310 50 00

la connexion Veuillez vous connecter quelques minutes avant le début de la conférence

Contact

Ursula Nötzli, Chief Communications & Sustainability Officer, Member of the Executive Board

+41 79 462 52 45, ursula.noetzli@tx.group

A propos de TX Group

TX Group est constitué d'un réseau de plateformes et de participations qui offrent chaque jour aux utilisatrices et utilisateurs des informations, des renseignements, du divertissement et une assistance pour leur quotidien. Ses racines résident dans le journalisme, avec les journaux variés de Tamedia et les médias pendulaires de 20 Minuten. Le portefeuille est complété par la société de commercialisation publicitaire Goldbach. Actionnaire de référence de SMG Swiss Marketplace Group et de Jobcloud, TX Group détient des participations majoritaires dans Doodle et Zattoo et, à travers TX Ventures, procède à des investissements dans les technologies financières. Fondée en 1893, l'entreprise est cotée à la Bourse suisse depuis 2000.

www.tx.group