

Annonce événementielle au sens de l'art. 53 RC

Zurich, le 27 août 2024

# La pression sur le secteur des médias traditionnels appelle une transformation de fonds

Tamedia s'organise pour l'avenir

**Les résultats semestriels de TX Group reflètent les opportunités et les défis actuels: les plateformes numériques JobCloud (50%) et SMG Swiss Marketplace Group (30,73%) se portent bien. Goldbach, 20 Minuten et Tamedia sont confrontées depuis de nombreuses années à des changements constants dans les secteurs des médias et de la publicité, ce qui nécessite de réduire leur complexité et d'entamer une réorientation.**

Grâce à la croissance externe de Goldbach Neo dans le domaine de la publicité extérieure, le chiffre d'affaires global est resté stable (la société Clear Channel Suisse, acquise en 2023, n'a été consolidée que pour trois mois sur six durant l'exercice précédent). Le chiffre d'affaires organique du groupe a quant à lui diminué de 6,3% par rapport à la même période de l'exercice précédent. Les recettes publicitaires de Tamedia et de 20 Minuten, tout comme l'activité d'impression, se sont repliées.

La baisse des coûts des matériaux (notamment du papier) et des services ainsi que la diminution des frais internes de personnel compensent le recul du chiffre d'affaires.

SMG Swiss Marketplace Group poursuit son développement remarquable et enregistre une forte croissance dans tous les secteurs d'activité. Il a ainsi pu consolider son offre de prestations et sa position sur le marché. JobCloud a été confronté à la baisse du marché de l'emploi : le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel ont diminué, mais la marge demeure à un niveau attractif.

Chiffre d'affaires en mio. CHF <b>461.0</b> AP: 460.5	Résultat opérationnel EBIT adj. en mio. CHF <b>56.5</b> AP: 54.3	Résultat opérationnel EBIT adj. Marge <b>12.3%</b> AP: 11.8%
Taux d'autofinancement <b>75.9%</b> AP: 75.1%	Liquidité nette en mio. CHF <b>-0.4</b> AP: 23.9	FCF avant M&A en mio. CHF <b>82.4</b> AP: 91.1

\*L'année précédente pour le taux d'autofinancement et la liquidité nette est le 31.12.2023

## **Tamedia se réorganise : concentration sur la croissance numérique, regroupement des activités d'impression à Berne**

Au cours des dernières années, le monde des médias a radicalement changé. Afin de relever ces défis majeurs, Tamedia a entamé depuis l'automne dernier une réorganisation complète, sous la nouvelle direction de Jessica Peppel-Schulz. La stratégie est centrée sur trois initiatives:

- Premièrement, Tamedia restructure son **portefeuille de marques et de produits** afin d'en réduire la complexité et se concentrer sur les canaux numériques. Pour la croissance numérique, elle mise sur quatre grandes marques : «Tages-Anzeiger», «BZ Berner Zeitung», «Basler Zeitung» et «24 heures». Le portefeuille print est conservé, et toutes les marques print sont maintenues en tant que produits solides.
- Deuxièmement, à partir du début de l'année 2025, Tamedia se réorganisera en interne dans le domaine de la **commercialisation publicitaire** sous le nom de Tamedia Advertising. L'intégration des équipes pertinentes de Goldbach et une plus grande proximité avec les marques doivent permettre de générer une croissance des recettes publicitaires. Goldbach soutient cette évolution de l'organisation et, avec Goldbach Audience, reste partenaire dans le domaine croissant des réseaux numériques. Les abonnements et la commercialisation publicitaire sont les piliers porteurs de la stratégie de commercialisation de Tamedia.
- Dans les **imprimeries** sont apparues ces dernières années des surcapacités qui ne permettent plus à Tamedia d'exploiter trois filiales de façon rentable. C'est pourquoi sa troisième et plus importante initiative consistera en la fermeture progressive de deux centres d'impression. Le centre d'impression de Lausanne, à Bussigny (VD), devrait fermer ses portes fin mars 2025 et le centre d'impression de Zurich, fin 2026. L'imprimerie de Berne est conservée. Avec l'extension du site de la capitale fédérale, Tamedia est en mesure de garantir une sécurité de production à long terme tant pour ses propres titres que ceux des clients externes.

Ces dispositions nécessaires sont malheureusement accompagnées de mesures sur l'emploi dans les imprimeries et les rédactions. Dans les imprimeries, ces mesures consisteront en la suppression d'environ 200 postes à temps plein. Les changements opérés dans le portefeuille de marques occasionnent la suppression d'environ 90 postes au sein des rédactions, sous réserve des résultats des procédures de consultation. Des plans sociaux, incluant la possibilité de retraite anticipée, sont prévus. Outre un accompagnement et un conseil personnalisés, Tamedia offre aux collaboratrices et collaborateurs concernés un soutien financier pour des programmes de développement et de reconversion.

La nouvelle stratégie vise à préserver l'efficacité et la qualité journalistiques. Le développement de l'offre numérique, le recrutement de nouveaux talents et les investissements dans des technologies innovantes ont pour but d'accélérer la transformation des processus opérationnels et de la chaîne de création de valeur.

Tamedia affiche ainsi clairement l'ambition de faire entrer le plus grand réseau rédactionnel à financement privé de Suisse dans le monde numérique. Pour atteindre durablement cet objectif, un équilibre doit être trouvé entre les recettes et les dépenses à moyen terme. L'horizon temporel pour l'atteindre ainsi que ceux définis en novembre dernier a été prolongé à 2027.

Pietro Supino, éditeur : «Le monde des médias a été bouleversé au cours des deux dernières décennies. Après des changements en continu, l'heure d'une réorganisation complète est venue. Le conseil d'administration a étroitement accompagné le développement de la stratégie, sous la direction de la CEO Jessica Peppel-Schulz. Il

est conscient de l'ampleur des mesures nécessaires et leur apporte son soutien à l'atteinte du succès de cette réorganisation dans un monde dont l'avenir est digital.»

*Tamedia explique le développement de la stratégie dans un communiqué de presse détaillé publié par ses soins.*

## Détails des segments

### TX Markets

Le segment TX Markets comprend les deux participations JobCloud (entièrement consolidées, TX Group détenant 50% du capital) et SMG Swiss Marketplace Group (consolidation at equity, TX Group détenant 30,73%).

Le chiffre d'affaires de **JobCloud** est en baisse par rapport à l'année précédente. Ce recul s'explique par la frilosité de la conjoncture, qui s'est répercutée sur le marché de l'emploi. De plus, le chiffre d'affaires de l'exercice précédent avait atteint un niveau très élevé. La marge de JobCloud reste très confortable. JobCloud continue d'investir dans le développement de ses activités, en particulier dans des solutions d'IA innovantes.

La forte croissance du chiffre d'affaires de **SMG Swiss Marketplace Group** s'est poursuivie et tous les secteurs d'activité y ont contribué. Dans le même temps, la marge a continué de progresser. La plus forte croissance a été enregistrée par les secteurs Real Estate et Automotive. Au printemps 2024, SMG a lancé une initiative en vue d'améliorer sa compétitivité: d'ici à fin 2026, plusieurs dizaines de millions de CHF devront être économisés en moyenne et réinvestis afin de favoriser la poursuite de la croissance et l'innovation. Grâce à l'acquisition de parts de Flatfox, SMG a pu renforcer son offre dans le domaine de l'immobilier.

### Goldbach

Au début du mois de juillet 2024, après 24 années passées chez Goldbach Group, dont 11 en qualité de CEO, Michi Frank a transmis la responsabilité opérationnelle de l'entreprise à Christoph Marty, qui était jusque-là CEO de Goldbach Neo. L'augmentation du chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent est imputable à l'intégration de Clear Channel Suisse, qui a été reprise le 1<sup>er</sup> avril 2023. Dans le domaine télévisuel, Goldbach a enregistré une croissance, notamment en Suisse romande, grâce au nouvel inventaire du groupe français TF1. Début 2025, la commercialisation de l'inventaire publicitaire de Tamedia et de 20 Minuten, qui appartiennent au groupe, sera de manière extensive intégrée aux entreprises concernées. Goldbach soutient cette intégration et souhaite se concentrer sur les secteurs TV/Radio/OOH et Réseau.

### 20 Minuten

Avec un total de 2,182 millions d'utilisateurs numériques et de lecteurs papier par jour (audience totale REMP 2024-1), 20 Minuten est la marque de médias suisse affichant la plus forte pénétration du pays. Sa position sur le marché des utilisateurs numériques s'est améliorée au premier semestre 2024 et son avance sur ses concurrents s'est nettement accentuée. Ce succès sur le marché des utilisateurs s'appuie sur la crédibilité et l'innovation journalistiques. La modernisation du journal print en 2023 a également porté ses fruits. Afin de renforcer le contact direct avec la clientèle du marché publicitaire et de réduire la

complexité, 20 Minuten gèrera de nouveau la commercialisation en régie propre à partir de 2025. Le partenariat fructueux avec Goldbach dans le domaine de la commercialisation de réseau se poursuit.

### **Tamedia**

Déterminante pour l'avenir de Tamedia, la croissance digitale est au cœur de la nouvelle stratégie: mi-2024, Tamedia a enregistré au total 635 000 abonnements payants, dont 188 000 abonnements uniquement digitaux, ce qui correspond à une progression des abonnements digitaux de 9,7% par rapport à la même période de l'exercice précédent. Les médias print restent importants. Ils répondent à un besoin encore très répandu de la clientèle, et le chiffre d'affaires moyen par abonnement print vendu est nettement supérieur au chiffre d'affaires digital. Dans le secteur publicitaire également, la part des recettes tirées des produits digitaux est plus faible. La mise en place d'une commercialisation publicitaire propre devrait permettre une augmentation de la commercialisation.

### **Group & Ventures**

Les coûts du **groupe** ont de nouveau été réduits. Même après l'achèvement du programme d'économies à la fin de l'année 2023, des programmes ont été menés dans les services centraux pour accroître le degré de numérisation et l'efficacité.

Au total, le **TX Ventures Fintage Fund I** est investi dans 18 sociétés du portefeuille avec un capital engagé de CHF 49,2 millions. À ce jour, près de 50% du fonds cible (CHF 100 millions) ont été placés. Depuis le lancement en août 2023, la NAV par action est passée de CHF 100 à CHF 111.91 fin mars 2024. Le portefeuille du TX Ventures Fintage Fund I comprend désormais Trustap (Irlande, système de séquestre pour les places de marché), Swiipr (Royaume-Uni, solution de paiement d'indemnités) et Trever (Autriche, logiciel de gestion des actifs numériques pour les banques). La participation dans Helvengo a été entièrement radiée: la start-up d'assurances, qui a vendu son activité principale, est en cours de liquidation.

Pour **Doodle**, le premier semestre a été mitigé. L'évolution sur le marché des utilisateurs et sur le marché publicitaire est difficile. Plusieurs mesures relatives aux produits et mesures de marketing ont été prises pour atteindre une croissance durable. Un changement s'opère à la tête de **Zattoo**: après plus de 12 ans au poste de CEO, Nick Brambring a annoncé sa démission. Son successeur Roger Elsener est un spécialiste chevronné qui mènera Zattoo vers sa nouvelle phase de développement.

*Les informations détaillées sur le compte de résultat normalisé figurent dans le rapport semestriel.*

<b>Chiffres clés</b>	<b>30.06.2024</b> en mio. CHF	<b>30.06.2023</b> en mio. CHF	<b>Changement<sup>4</sup></b> en pour cent
<b>TX Group</b>			
Chiffre d'affaires	461.0	460.5	0.1%
Résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA)	95.8	86.7	10.6%
Marge en % <sup>1</sup>	20.8	18.8	2.0p
Résultat opérationnel (EBIT)	23.5	21.4	9.7%
Marge en % <sup>1</sup>	5.1	4.7	0.4%p
Résultat opérationnel (EBIT adj.)	56.5	54.3	4.1%
Marge en % <sup>1</sup>	12.3	11.8	0.5%p
Résultat (EAT)	24.5	13.7	79.4%
Marge en % <sup>1</sup>	5.3	3.0	2.4%p
Résultat (EAT adj.)	48.4	46.4	4.4%
Marge en % <sup>1</sup>	10.5	10.1	0.4%p
Cash flow opérationnel	98.6	111.7	-11.7%
Cash-flow après investissements en immobilisations corporelles et incorporelles (FCF avant M&A)	82.4	91.1	-9.5%
Cash flow après investissements (FCF)	88.6	74.5	18.8%
Total du bilan <sup>2</sup>	3260.1	3429.1	-4.9%
Taux d'autofinancement en pour cent <sup>2,3</sup>	75.9	75.1	0.7%p
<b>TX Markets</b>			
Chiffre d'affaires	63.0	70.4	-10.5%
EBIT adj.	49.4	55.5	-11.0%
Marge en % <sup>1</sup>	78.5	78.9	-0.5%p
<b>Goldbach</b>			
Chiffre d'affaires	134.0	109.7	22.2%
EBIT adj.	7.2	-0.6	n.a.
Marge en % <sup>1</sup>	5.3	-0.5	5.9%p
<b>20 Minuten</b>			
Chiffre d'affaires	49.2	52.0	-5.3%
EBIT adj.	2.5	2.2	15.2%
Marge en % <sup>1</sup>	5.1	4.2	0.9%p
<b>Tamedia</b>			
Chiffre d'affaires	203.3	222.7	-8.7%
EBIT adj.	5.4	6.1	-11.7%
Marge en % <sup>1</sup>	2.6	2.7	-0.1%p
<b>Group &amp; Ventures</b>			
Chiffre d'affaires	79.4	79.4	0.0%
EBIT adj.	-7.7	-9.5	-19.4%
Marge en % <sup>1</sup>	-9.7	-12.0	2.3%p

<sup>1</sup> En pour cent du produit d'exploitation; <sup>2</sup> Valeurs au 31.12.2023; <sup>3</sup> Fonds propres par rapport au total du bilan; <sup>4</sup> 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 d'exploitation avant amortissements (EBITDA), résultat d'exploitation avant effets des regroupements d'entreprises (EBIT b. PPA), flux de trésorerie après activités d'investissement en immobilisations corporelles et incorporelles (FCF b. M&A), compte de résultat normalisé consolidé (les ratios du compte de résultat normalisé consolidé sont appelés ajustés, par exemple EBIT adj.).



**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**

Le TX Group forme un réseau de plates-formes et de participations qui offre aux utilisatrices et utilisateurs des informations, des orientations, des divertissements ainsi que des aides pour la vie quotidienne. Ses racines puisent dans le journalisme avec les médias de Tamedia et de 20 minutes. Le portefeuille est complété par la régie publicitaire Goldbach. TX Group est l'actionnaire d'ancrage de SMG Swiss Marketplace Group et de JobCloud, détient des participations majoritaires dans Doodle et Zattoo et est engagé dans le domaine de la fintech en tant qu'investisseur via TX Ventures. Fondée en 1893, l'entreprise est cotée à la bourse suisse depuis 2000.

[www.tx.group](http://www.tx.group)