



Tamedia SA
Communication d'entreprise

+41 21 349 42 00
communication@tamedia.ch
www.tamedia.ch

Communiqué

Tamedia: évolution favorable des Places de marché et Participations – la baisse significative du marché de la publicité imprimée pèse sur le résultat annuel

Le groupe de médias suisse Tamedia a réalisé un produit d'exploitation de 1010,6 millions de francs (+3.7 pour cent) en 2018. Le résultat avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) a reculé à 205,9 millions de francs (-16,0 pour cent, marge EBITDA de 20,4 pour cent), notamment à cause de la forte baisse sur le marché de la publicité imprimée et de la charge de prévoyance selon l'IAS 19 majorée de 28.3 millions de francs, ainsi que de la correction de valeur de 6,0 millions de francs consécutive à la faillite de Publicitas. Dans la foulée, le résultat d'exploitation avant intérêts et impôts (EBIT) a également diminué à 131,6 millions de francs (-27,2 pour cent, marge EBITDA de 13,0 pour cent) et le résultat, à 129,5 millions de francs (-23,9 pour cent). Compte tenu de tous les facteurs extraordinaires, le résultat d'exploitation est en légère baisse par rapport à l'année précédente. L'élection d'Andreas Schultness au Conseil d'administration sera proposée lors de l'AG d'avril 2019. Tamedia entend par ailleurs investir 30 millions de francs dans le développement numérique des médias payants et revoir sa structure d'entreprise d'ici à la fin de l'été.

Zurich, le 12 mars 2019 – En 2018 les revenus de Tamedia ont augmenté de 3.7 pour cent, soit de 36.4 millions de francs, pour s'établir à 1010.6 millions de francs. L'augmentation des revenus s'explique par les acquisitions de la Basler Zeitung, de Goldbach Group et de Neo Advertising SA, qui font plus que compenser la baisse structurelle des revenus des activités éditoriales existantes. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a diminué de 39.3 millions de francs, soit une baisse de 16.0 pour cent, à 205.9 millions de francs. La marge EBITDA a ainsi baissé de 25.2 pour cent l'an dernier à 20.4 pour cent cette année. Les charges de personnel selon l'IAS 19 accrues de 28,3 millions de francs est le principal moteur de cette évolution. Des corrections de valeur individuelles sur les créances à l'encontre de Publicitas à hauteur de 6,0 millions de francs ont par ailleurs dû être enregistrées en 2018. Le résultat opérationnel (EBIT) a diminué de 27.2 pour cent ou 49.1 millions de francs et s'inscrit désormais à 131.6 millions de francs. La marge EBIT a ainsi baissé de 18.6 pour cent l'exercice précédent à 13.0 pour cent. L'augmentation des

amortissements résultant de regroupements d'entreprises s'explique par les amortissements supplémentaires sur les bases de clientèle de Basler Zeitung AG, Goldbach Group et Neo Advertising SA, pris en compte pour la première fois en 2018. Le goodwill à hauteur de 2.3 millions de francs de Tradono Suisse a été entièrement déprécié en raison de l'arrêt de l'activité en septembre 2018. Les collaboratrices et collaborateurs ayant droit de Tamedia participent au résultat au travers d'une participation au bénéfice de 5,5 millions de francs (exercice précédent: 6,5 millions de francs).

Chiffres-clés	2018 en mio. CHF	2017 en mio. CHF	Variation en pour cent
Groupe Tamedia			
Chiffre d'affaires	1 010.6	974.2	3.7
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	205.9	245.2	-16.0
Marge (en pour cent)	20.4	25.2	-19.1
Résultat d'exploitation (EBIT)	131.6	180.7	-27.2
Marge (en pour cent)	13.0	18.6	-29.8
Revenu net	129.5	170.2	-23.9
dont part des actionnaires de Tamedia	96.5	146.9	-34.3
Cash flow d'exploitation	187.7	223.3	-15.9
Actifs ¹	2 948.4	2 513.3	17.3
Degré d'autofinancement (en pour cent) ²	71.3	78.4	-9.0
Médias payants			
Chiffre d'affaires	569.6	603.8	-5.7
dont intersegment	16.5	17.8	-7.5
EBITDA	47.4	82.6	-42.7
Marge EBITDA (in pour cent) ³	8.3	13.7	-39.2
Médias pendulaires et Commercialisation			
Chiffre d'affaires	206.4	154.4	33.7
dont intersegment	1.4	1.2	17.9
EBITDA	62.0	50.7	22.4
Marge EBITDA (in pour cent) ³	30.0	32.8	-8.4
Places de marché et Participations			
Chiffre d'affaires	252.8	235.5	7.3
dont intersegment	0.4	0.6	-38.3
EBITDA	104.7	91.8	14.0
Marge EBITDA (in pour cent) ³	41.4	39.0	6.2
Effectif du personnel moyen ⁴	3 330	3 204	3.9
Dividende par action (en CHF)	4.50 ⁵	4.50	0.0

¹ au 31.12.2017

²Fonds propres en relation aux Actifs

³ La marge se réfère au chiffre d'affaires

⁴ L'effectif moyen du personnel s'entend hors collaborateurs des sociétés associées/coentreprises

⁵ Demande du Conseil d'administration

Médias payants

En 2018, les revenus du secteur Médias payants à l'égard de tiers a baissé de 5.6 pour cent, à 553.2 millions de francs (exercice précédent: 586.0 millions de francs). Cette diminution du chiffre d'affaires s'explique par l'important recul du marché de la publicité dans les médias imprimés. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a baissé de ce fait de 42.7 pour cent, à 47.4 millions de francs (exercice précédent: 82.6 millions de francs), ce qui s'est également répercuté sur la marge EBITDA, qui s'élève désormais à 8,3 pour cent (exercice précédent: 13.7 pour cent). La baisse de l'EBITDA s'explique par la correction de valeur de 3.6 millions de francs dans ce secteur suite à la faillite de l'agence de publicité Publicitas, les coûts liés à la fin du *Matin* en version papier, ainsi que la baisse des résultats des centres d'impression de journaux, qui ont été confrontés à une augmentation des coûts dans le domaine de l'achat de papier, de plaques d'impression et d'encre en raison de l'appréciation de l'euro.

Médias pendulaires et Commercialisation

En 2018, les revenus à l'égard de tiers du secteur Médias pendulaires et Commercialisation a augmenté de 33.8 pour cent, à 205.0 millions de francs (exercice précédent: 153.2 millions de francs). L'augmentation du chiffre d'affaires est notamment liée à la consolidation initiale de la société de commercialisation Goldbach Group et de l'entreprise de publicité extérieure Neo Advertising. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a de ce fait progressé de 22.4 pour cent pour atteindre 62.0 millions de francs (exercice précédent: 50.7 millions de francs) et comprend des corrections de valeur de CHF 2.4 millions suite à la faillite de Publicitas. La marge EBITDA est ressortie à 30.0 pour cent (exercice précédent: 32.8 pour cent).

Places de marché et Participations

En 2018, les revenus à l'égard de tiers du secteur Places de marché et Participations a augmenté de 7.4 pour cent, à 252.5 millions de francs (exercice précédent: 235.0 millions de francs). La croissance organique des plateformes de JobCloud AG, homegate.ch, olmero.ch et doodle.com a notamment contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel avant amortissements (EBITDA) a fortement augmenté de 14.0 pour cent pour atteindre 104.7 millions de francs (exercice précédent: 91.8 millions de francs). La marge EBITDA est ressortie à 41.4 pour cent (exercice précédent: 39.0 pour cent).

Martin Coninx quitte le Conseil d'administration – candidature d'Andreas Schulthess proposée

Le Conseil d'administration proposera à l'assemblée générale du 5 avril 2019 d'élire Andreas Schulthess au Conseil d'administration. Il a déjà siégé au Conseil d'administration de 2007 à 2013. Sa carrière professionnelle a débuté en 1993 au sein du service du personnel de Tamedia en tant qu'étudiant salarié. À l'issue de ses études, il a travaillé comme IT Business Consultant spécialisé dans les nouvelles technologies et l'e-business chez Applied International Informatics et Cap Gemini Suisse SA à partir de l'an 2000. Après une formation de coach et une activité dans le domaine du développement des cadres et des personnalités, il est revenu aux ressources humaines

opérationnelles. De 2005 à 2011, il a travaillé chez Swiss Life Suisse SA, où il a dirigé le département Human Resources Management Suisse. De 2011 à 2015, il s'est consacré à une fondation familiale et a géré différents projets RH. Entre 2015 et 2018, il a occupé la fonctions de Head HR Switzerland chez Swiss Re SA, Zurich. Andreas Schulthess a achevé ses études d'économie à l'Université de Zurich en 1999. Il a par ailleurs suivi une formation post-grade FH d'Executive Master of Human Resources Management à l'Institut de psychologie appliquée de Zurich.

Martin Coninx, qui appartient à la même lignée de la famille fondatrice qu'Andreas Schulthess, quittera le Conseil d'administration, conformément à la rotation interne à la famille. Âgé de 48 ans, il restera lié à Tamedia en tant qu'actionnaire et membre du pool des actionnaires familiaux.

Tamedia investit 30 millions de francs dans le développement numérique des médias payants

Ces trois prochaines années, Tamedia investira 30 millions de francs dans son activité de base. Cet investissement s'explique par les expériences positives des dernières années et viendra en sus des dépenses régulières. Deux tiers des fonds disponibles seront utilisés dans le domaine rédactionnel des médias payants et un tiers dans le domaine commercial. Ces investissements ont pour objectif de lancer de nouvelles offres numériques conformes aux exigences et aux habitudes changeantes des utilisateurs. De nouvelles technologies doivent également être utilisées.

Tamedia revoit sa structure d'entreprise

Ces dernières années, Tamedia a pu développer sa position de groupe de médias suisse privé numéro un et se positionner dans de nouveaux domaines d'activité, dernièrement en reprenant la Basler Zeitung, Goldbach Group, Neo Advertising et Zattoo.

Compte tenu de l'évolution dynamique dans tous ces domaines d'activité, Tamedia a décidé de revoir sa propre organisation. Ce projet est né du constat que les différents domaines d'entreprise médias payants, médias pendulaires, commercialisation et négociation publicitaires, places de marché numériques et participations opèrent chacun dans des contextes très différents. Ils sont ainsi confrontés à des défis différents et offrent par conséquent des opportunités différentes. Il s'agit d'en tirer profit au plan stratégique.

Le projet a pour objectif d'élaborer les conditions optimales pour la transparence et la croissance dans tous les domaines d'activité en tenant compte de leurs différentes cultures. Le projet doit créer des bases pour une décision d'ici à l'été.

Informations pour la presse et les analystes

La conférence de presse se tiendra aujourd'hui, mardi 12 mars 2019, à 10 heures, au siège principal de Tamedia, Werdstrasse 21, à Zurich. De plus, une conférence est organisée à 12 heures pour les analystes et les investisseurs. Une téléconférence en anglais sera, au besoin, proposée le lendemain pour les investisseurs et analystes d'outre-Atlantique.

Informations concernant l'Assemblée générale 2019

L'Assemblée générale ordinaire de Tamedia SA se tiendra le vendredi 5 avril 2019 à 15 heures au Lake Side, Bellerivestrasse 170, 8008 Zurich.

Contact

Patrick Matthey, Responsable de la Communication
+41 44 248 41 35, patrick.matthey@tamedia.ch

A propos de Tamedia

Tamedia est le plus grand groupe de médias privé de Suisse. Les plateformes digitales, les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines de Tamedia offrent une vue d'ensemble structurée et hiérarchisée de l'actualité. Fondée en 1893, l'entreprise emploie environ 3'700 collaboratrices et collaborateurs en Suisse, en Allemagne, en Autriche, au Danemark, en France, en Israël, au Luxembourg et en Serbie. Tamedia est cotée à la Bourse suisse depuis 2000.

Plus d'informations sur Tamedia pour les représentants des médias:

www.tamedia.ch/fr/groupe/newsroom

Dans la rubrique Newsroom, sous «Galerie», vous pouvez télécharger des images actuelles de l'entreprise libres de droits, comme celles des différents bâtiments avec le nouveau logo Tamedia lancé en janvier 2017.

www.tamedia.ch