

Communiqué de presse

PubliGroupe se projette dans l'avenir

- **Augmentation du chiffre d'affaires et du bénéfice en 2007**
- **Importants investissements consacrés à la transformation du groupe et au déploiement de sa stratégie de croissance internationale et multimedia**
- **Augmentation du dividende de CHF 12.– à CHF 13.–**
- **Croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires et des résultats attendue pour l'année en cours**

Lausanne, le 19 mars 2008 – **PubliGroupe, un groupe suisse multimedia présent sur le plan international, a augmenté son chiffre d'affaires 2007 de 3.6% (1.7% sans l'impact des acquisitions), à CHF 2.16 milliards. Tous les secteurs ont contribué à cette évolution positive, particulièrement dynamique au niveau des activités internationales dont la croissance a atteint 12.7%. C'est toutefois dans ses activités liées aux médias digitaux et interactifs que PubliGroupe a enregistré les taux de croissance les plus élevés.**

La amélioration du résultat d'exploitation (EBIT) de 0.4%, à CHF 68.9 millions, s'appuie essentiellement sur l'évolution positive de PubliPresse ainsi que sur les plus-values de CHF 10.3 millions résultant de la cession de participations. L'EBIT aurait été sensiblement supérieur sans les charges et provisions exceptionnelles liées à la mise en œuvre de la réorientation stratégique de PubliGroupe qui, avec l'augmentation de 40% des charges de R&D, représentent une charge supplémentaire de quelque CHF 10 millions; l'EBIT est également affecté par le fort recul des activités cinéma de cinecom au 4e trimestre. Le bénéfice net a progressé de 35.6%, à CHF 73.1 millions. Il est fortement influencé par le gain exceptionnel réalisé sur la vente de la participation de 4.5% dans la société américaine 24/7 Real Media.

Les sociétés acquises en cours d'exercice n'ont eu qu'un impact limité sur les résultats 2007, mais elles apporteront une contribution substantielle à ceux de l'année en cours. PubliGroupe anticipe une croissance à deux chiffres pour l'exercice 2008, sans d'éventuelles nouvelles acquisitions. Au vu des bons résultats de 2007 et des perspectives favorables pour l'année en cours, le conseil d'administration propose à l'assemblée générale d'augmenter le dividende versé aux actionnaires de CHF 12.– à CHF 13.– par action.

Les activités suisses constituent le fondement de la croissance du groupe dans les activités internationales et digitales

Les activités internationales de Publicitas Promotion Network (PPN) ont enregistré la plus forte croissance durant l'exercice sous revue, progressant de 12.7%, à CHF 423.5 millions. Le renforcement des structures de vente online accompagnant la croissance des activités de PPN ainsi que des charges non récurrentes résultant de la restructuration des activités aux Etats-Unis se sont toutefois traduits par une diminution de 44.8% de l'EBIT par rapport à l'exercice précédent, à CHF 5.3 millions.

Les activités dans le domaine de la publicité presse en Suisse (PubliPresse) ont progressé de 1.1%, à CHF 1'512.1 millions, essentiellement grâce aux offres d'emploi. En réduisant ses coûts et en optimisant ses structures et processus – et malgré des charges uniques de CHF 5 millions liées à la mise en place du nouveau segment "Media Sales" – PubliPresse a pu augmenter son EBIT de 17.4%, à CHF 22.3 millions.

Le chiffre d'affaires réalisé dans les annuaires (PubliDirect) a progressé de 2.6%, à CHF 132.8 millions. Alors que les produits imprimés ont subi un léger tassement, les produits digitaux se sont développés, profitant de la collaboration renforcée avec Swisscom Directories dans le domaine online. En raison des charges liées au renforcement de l'organisation des ventes, l'EBIT a légèrement reculé, s'établissant à CHF 47.7 millions (2006: CHF 51.0 millions).

Le secteur "Activités en développement" a connu une progression supérieure à la moyenne, de 15% à CHF 124.5 millions, essentiellement en raison des excellents résultats réalisés par la société de commercialisation de publicité en ligne web2com (+ 9.4%) et par namic, prestataire de services dans le consulting e-business (+ 37.6%). Grâce à cinecom et à Radiotele, cette dernière faisant partie de PubliGroupe depuis juillet 2006, les chiffres d'affaires générés avec les médias électroniques se sont substantiellement accrus, de 44.8% dans le domaine de la TV et de 58% dans celui de la radio. Le prestataire international de services de marketing online zanox, acquis par PubliGroupe en 2007 en commun avec l'éditeur allemand Axel Springer AG, a enregistré une croissance nettement supérieure aux attentes. Ainsi, en 2007, zanox a vu son chiffre d'affaires pro forma augmenter de 55%, à EUR 165 millions, et son EBITDA pro forma de 84% à EUR 15 millions. Cette participation n'a toutefois pas encore eu d'impact visible sur l'EBIT 2007 de PubliGroupe, dans la mesure où elle est encore entièrement consolidée par mise en équivalence en 2007.

Le déclin de la publicité dans les cinémas au 4^e trimestre s'est en revanche traduit par d'importantes pertes chez cinecom, rendant le secteur "Activités en développement" déficitaire, avec une perte de CHF 8.3 millions. La perte de cinecom pèse sur le résultat du groupe et est responsable du recul de 7.6% de l'EBIT pro forma (hors éléments non récurrents). Cependant, grâce aux mesures de correction prises, le retour à la rentabilité de ce secteur au sein de la nouvelle organisation de "Media Sales" sera réalisé dès 2008.

La transformation de PubliGroupe en un groupe multimedia et international, orienté plus fortement sur les médias digitaux et interactifs, a entraîné l'année dernière des charges supplémentaires de quelque CHF 10 millions, comprenant CHF 5.8 millions consacrés à l'adaptation de l'organisation et CHF 3.6 millions qui correspondent à une augmentation de 40% des coûts de R&D par rapport à l'année précédente. Ces dépenses ont freiné la progression de l'EBIT du groupe. Celui-ci s'établit à CHF 68.9 millions, soit une hausse de 0.4% par rapport à l'exercice précédent.

Le résultat financier s'est amélioré substantiellement, passant de CHF 16.7 millions à CHF 34.6 millions, essentiellement en raison du gain de CHF 28.9 millions réalisé sur la vente de la participation de 4.5% dans 24/7 Real Media. Après prise en compte de la part attribuable aux actionnaires minoritaires et du résultat des activités abandonnées, le bénéfice net a progressé de 35.6%, à CHF 73.1 millions, ce qui porte le bénéfice par action à CHF 30.50.

Mise en œuvre rapide de la stratégie de croissance internationale et multimedia

PubliGroupe a mis en œuvre sans délai la stratégie adoptée en mars 2007. Celle-ci vise à positionner le groupe en tant que prestataire de services international et multimedia, en mettant l'accent sur le domaine digital. Comme déjà annoncé, l'organisation du groupe a été remaniée et repose depuis début 2008 sur quatre piliers: "Media Sales" (commercialisation des médias), "Search & Find" (annuaires), "Digital & Marketing Services" (conseil et services) et "Custom Publishing". Une nouvelle organisation de la direction générale, chapeautée par le CEO Hans-Peter Rohner, est également en place depuis début 2008.

Conformément à sa stratégie, PubliGroupe a effectué au cours des 12 derniers mois 8 acquisitions qui ont toutes contribué à renforcer substantiellement sa position, particulièrement celle de son segment "Digital & Marketing Services", sur les marchés internationaux. Parmi celles-ci figure l'allemand ZANOX.de AG, leader international dans le domaine des services de marketing online. Il s'agit de la plus importante acquisition jamais réalisée par PubliGroupe, qui a connu l'année dernière un développement supérieur aux attentes, pourtant élevées. Schreiner & Van Bokkel Group B.V., important prestataire hollandais de services marketing et médias, l'indien Mediascope Publicitas et le canadien APR Media font également partie des acquisitions d'importance stratégique. En Chine, PubliGroupe a conclu au début de cette année de nouvelles alliances prometteuses avec Huashang Interactive Media et le groupe de régie publicitaire City Media. A la suite de l'acquisition de l'éditeur français d'annuaires téléphoniques Bégécom, PubliGroupe prend la deuxième place sur le marché français des fournisseurs d'annuaires. En reprenant le groupe suisse Denon, le secteur d'activités "Custom Publishing", auparavant exclusivement actif en Asie, bénéficie désormais d'une plate-forme pour ses plans d'expansion en Europe.

Hans-Peter Rohner, CEO de PubliGroupe explique: "En appliquant rapidement sa nouvelle stratégie, PubliGroupe a franchi, l'année dernière, une étape importante sur la voie de sa transformation en un groupe multimedia actif sur le plan international. L'évolution favorable de nos activités traditionnelles nous a permis d'autofinancer en grande partie nos investissements dans le domaine digital et à l'international."

Optimisme quant aux perspectives pour l'exercice en cours

PubliGroupe va poursuivre la mise en œuvre de sa nouvelle stratégie qui va faire de lui un groupe de plus en plus international. Il va porter dès 2008 la part de son chiffre d'affaires réalisée à l'international de 18% en 2007 à 29% en 2008. PubliGroupe est bien préparé à ces changements, que ce soit aux plans financier ou organisationnel. Avec des capitaux propres de CHF 596 millions et un ratio de capitaux propres de 44.7%, PubliGroupe bénéficie d'un financement toujours très solide. Le secteur "Media Sales", dispose d'une nouvelle organisation et va se présenter sous la marque unique "Publicitas", adoptant ainsi une identité modernisée et homogène.

Hans-Peter Rohner en est convaincu: "La réorientation stratégique de PubliGroupe et les acquisitions réalisées ont impulsé une dynamique nouvelle qui se traduira par une forte croissance sur les marchés internationaux, en particulier dans notre nouveau secteur "Digital & Marketing Services"." En effet, les entreprises acquises en 2007 généreront pour le groupe un chiffre d'affaires d'environ CHF 350 millions, dont 97% hors de Suisse et quelque 60% dans le domaine des médias électroniques, interactifs et digitaux. Sous réserve d'évolutions imprévues de la conjoncture, PubliGroupe améliorera nettement son résultat d'exploitation en 2008. Les charges liées à la mise en œuvre de la nouvelle stratégie et de la restructuration qu'elle implique ont été en grande partie encourues en 2007 et n'auront donc qu'un faible impact sur 2008. A l'inverse, la contribution aux résultats des sociétés acquises en 2007 sera pour la première fois prise en compte sur douze mois. Sans d'éventuelles nouvelles acquisitions, PubliGroupe table par conséquent, pour l'exercice 2008, sur une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires et des résultats.

Chiffres clés

en millions de CHF	2007			2006			Evolution 2006-2007	
	IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents et avant les changements de périmètre		IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents		IFRS	Pro forma
Chiffre d'affaires	2'161.2	(39.0)	2'122.2	2'086.6	2'086.6		+ 3.6%	+ 1.7%
Marge brute	456.8	(7.7)	449.1	443.8	443.8		+ 2.9%	+ 1.2%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	55.9	(5.8)	50.1	62.2	(1.2)	61.0	- 10.1%	- 17.9%
Résultat d'exploitation (EBIT)	68.9	(6.6)	62.3	68.6	(1.2)	67.4	+ 0.4%	- 7.6%
Résultat financier net	34.6	(33.7)	0.9	16.7	(5.1)	11.6	+ 107.2%	- 92.2%
Résultat net, part de PubliGroupe S.A.	73.1	(40.5)	32.6	53.9	(6.8)	47.1	+ 35.6%	- 30.8%
Nombre d'employés en fin de période	2'973			2'773			+ 7.2%	

Informations sectorielles

en millions de CHF

	PubliDirect		PubliPresse		Publicitas Promotion Network		Activités en développement		Corporate et autres						
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006					
Chiffre d'affaires	+ 2.6%	132.8	129.4	+ 1.1%	1'512.1	1'495.5	+ 12.7%	423.5	375.9	+ 15.0%	124.5	108.3	+ 3.7%	41.9	40.4
Marge brute	+ 1.2%	108.2	106.9	+ 1.5%	232.2	228.7	+ 8.1%	78.8	72.9	+ 7.9%	45.3	42.0	+ 9.0%	31.5	28.9
EBITDA	- 16.0%	30.0	35.7	+ 10.8%	24.7	22.3	- 37.4%	6.2	9.9	-	(4.4)	2.1	-	(0.6)	(7.8)
Part au résultat des sociétés associées	+ 7.1%	19.5	18.2	-	-	-	- 66.7%	0.2	0.6	- 66.7%	(0.1)	(0.3)	+ 84.4%	8.3	4.5
EBIT	- 6.5%	47.7	51.0	+ 17.4%	22.3	19.0	- 44.8%	5.3	9.6	-	(8.3)	(2.5)	-	1.9	(8.5)
Nombre d'employés en fin de période	+ 13.1%	570	504	- 7.1%	1'211	1'303	+ 21.8%	603	495	+ 41.2%	401	284	+ 0.5%	188	187

Pour de plus amples informations :**PubliGroupe S.A.**

Hans-Peter Rohner, CEO
Tél. : + 41 21 317 72 02
Fax : + 41 21 317 72 22
e-mail : hprohner@publigroupe.com

Andreas Schmidt, CFO
Tél. : +41 21 317 73 08
Fax : +41 21 317 73 40
e-mail : aschmidt@publigroupe.com

Les résultats 2007 (rapport résumé du 19 mars 2008) et le rapport financier (uniquement en anglais) sont disponibles sur le site Internet à l'adresse suivante :
<http://www.publigroupe.com/media-relations/telecharger/key-figures.html>

PubliGroupe S.A.
Avenue des Toises 12
Case postale 7203
1002 Lausanne
Tél. + 41 21 317 71 11
Fax + 41 21 317 75 55
info@publigroupe.com
www.publigroupe.com