

Communiqué de presse

PubliGroupe: forte croissance dans les marchés digitaux et internationaux – recul sur le marché publicitaire en Suisse

- **Croissance de 42.7% dans les médias digitaux et électroniques (92.3% avec zanox) et de 46.1% dans les marchés internationaux (72.2% avec zanox)**
- **Augmentation de 3.1% du chiffre d'affaires - croissance portée à 7.7% avec zanox - recul de 7.2% du chiffre d'affaires à périmètre constant**
- **Réussite de la transformation de Media Sales, mais résultats jusqu'ici nettement inférieurs aux attentes dans un environnement difficile**
- **Amélioration de l'EBIT de 65.5%, à CHF 61.9 millions, grâce au bénéfice sur vente immobilière**
- **Résultat net en recul de 24.8%, à CHF 43.9 millions**

Lausanne, le 25 août 2008 – **PubliGroupe a connu une marche des affaires contrastée au 1^{er} semestre. Les évolutions positives dans d'importants secteurs de l'entreprise ont été amoindries par un ralentissement général de la conjoncture et par le recul imprévu de 23% du chiffre d'affaires de Media Sales au mois de juin sur le marché suisse, dû au recul de la publicité durant l'EURO 2008. Les marchés d'avenir des médias digitaux et électroniques ainsi que les activités internationales ont, comme prévu, connu une croissance supérieure à la moyenne, soit respectivement de 42.7% et 46.1%. L'adaptation des structures financières du prestataire de services de marketing online zanox, dans lequel PubliGroupe détient une participation de 40%, n'étant pas encore achevée, la part de PubliGroupe dans zanox n'est pas consolidée dans les comptes semestriels par intégration globale mais par mise en équivalence. L'incidence de zanox est donc présentée séparément. Grâce aux acquisitions réalisées en 2007, PubliGroupe a accru son chiffre d'affaires de 3.1%, à CHF 1.11 milliard (CHF 1.07 milliard), en dépit de la régression du marché publicitaire en Suisse. Avec zanox, le chiffre d'affaires progresse de 7.7%, à CHF 1.16 milliard. A périmètre constant, le chiffre d'affaires recule de 7.2%.**

L'EBIT du Groupe a progressé de 65.5%, à CHF 61.9 millions (CHF 37.4 millions) en raison d'un gain de CHF 42.5 millions réalisé sur la vente d'un immeuble. Abstraction faite des éléments non récurrents et des changements de périmètre, l'EBIT a diminué de CHF 11.6 millions par rapport à la même période de l'exercice précédent. Ce recul s'explique essentiellement par la marche décevante des affaires chez Media Sales. Le résultat financier diminue en raison d'une hausse des coûts de financement et d'un gain unique enregistré l'année précédente sur une vente de participation. Ces évolutions, ainsi que des impôts plus élevés découlant du gain immobilier, se sont finalement traduites par un recul du résultat net de 24.8%, à CHF 43.9 millions.

«Le recul de Media Sales dû à l'EURO 2008 nous a surpris par son importance, mais nous sommes sur la bonne voie dans les autres segments ainsi que sur le plan stratégique. Le développement de nos marchés d'avenir le montre très clairement», a déclaré le CEO Hans-Peter Rohner, commentant l'évolution au 1^{er} semestre. «Comme prévu, notre dépendance des activités dans les médias imprimés et du marché helvétique continue de se réduire. La création de Media Sales, dont les structures sont maintenant en place, a absorbé d'importantes ressources et perturbé les affaires courantes, mais ouvre des perspectives d'une nouvelle dimension. Je suis donc persuadé que nous allons réaliser de meilleurs résultats au second semestre 2008, grâce à la dynamisation de nos ventes et à l'amélioration constante de notre efficacité. Ceci à condition que les avancées opérationnelles ne soient pas neutralisées par une nouvelle détérioration de la conjoncture.»

Progression rapide de la digitalisation des services de Search & Find

Search & Find se développe avec succès sur le marché des annuaires en ligne. Les plateformes Internet exploitées dans le cadre du joint-venture avec Swisscom ont enregistré une forte progression, avec une augmentation des ventes de 19.4% au 1^{er} semestre. Les produits en ligne représentent d'ores et déjà plus de 40% des ordres acquis en portefeuille par Search & Find. Ce secteur d'activité figure donc aujourd'hui parmi les acteurs les plus importants sur le marché d'avenir qu'est la publicité sur Internet en Suisse. Le recul du chiffre d'affaires de 5.2% à CHF 47 millions (CHF 49.6 millions) s'explique par le report de la publication des «Pages Jaunes 2008» sur la deuxième partie de l'exercice en cours et sera donc compensé au 2^e semestre. Pour des raisons de technique comptable liées à la réorganisation, à la fin de l'année dernière, des activités en ligne dans le cadre du joint-venture entre PubliGroupe et Swisscom, l'EBIT de Search & Find s'est légèrement contracté au 1^{er} semestre, s'établissant à CHF 20.4 millions (chiffre 2007 retraité: CHF 22.6 millions). L'évolution des activités online de Search & Find confirme le bien-fondé de la nouvelle

organisation donnée à ce secteur. Le développement dynamique de ces activités continuera de s'accélérer à la suite de la mise en ligne, l'automne prochain, du nouveau site web www.local.ch par le joint-venture.

Incidence de facteurs exceptionnels sur l'évolution de Media Sales

La création et le développement du secteur Media Sales représentent le plus grand projet de réorganisation dans l'histoire de l'entreprise. Dans ce contexte, toutes les unités basées à Zurich ont été réunies ce printemps sur un seul site et l'ensemble des entités de Media Sales ont uniformisé leur identité sous la marque redynamisée «publicitas». Ces mesures de grande ampleur se sont traduites par divers coûts indirects et ont mobilisé d'importantes ressources, ce qui s'est naturellement répercuté sur le résultat du 1^{er} semestre. Le fort recul du marché de -23% au mois de juin 2008 en Suisse n'était en revanche pas prévisible. Ce recul, qui a touché l'ensemble des médias en Suisse, grève le résultat de Media Sales à hauteur de CHF 4 à 5 millions. Le chiffre d'affaires de Media Sales au 1^{er} semestre s'est ainsi établi à CHF 925 millions, soit une diminution de 7.1% par rapport à la même période de l'année précédente. Le chiffre d'affaires réalisé en Suisse a reculé de 8.1%, alors que le chiffre d'affaires à l'international est resté stable. En raison des différences de change, ce dernier enregistre cependant une baisse de 6.7%. Ces variations tiennent également compte des effets d'importantes modifications dans les relations contractuelles en Suisse, notamment sur la place de Bâle. La marge brute, qui représente la valeur ajoutée, s'est réduite de 8.6%, à CHF 144.9 millions.

Pour le 2^e semestre, le secteur Media Sales s'attend à une dégradation de la conjoncture du marché dont l'ampleur est difficile à apprécier à l'heure actuelle. Un plan supplémentaire d'optimisation des coûts a d'ores et déjà été lancé. Malgré ces défis, Media Sales table pour le second semestre sur un résultat meilleur qu'au premier.

Phase de transition pour Custom Publishing

Custom Publishing, qui est essentiellement axé sur les activités "Corporate Publishing" et "Inflight Entertainment", s'est renforcé au début de l'année grâce à la reprise de la société suisse Denon S.A. qui se développe conformément aux attentes. Le 1^{er} semestre a toutefois été faible pour le secteur suite à la perte d'un grand contrat il y a une année en Asie. Le chiffre d'affaires a baissé de 26.4% (-15.8% compte tenu des effets monétaires), à CHF 14.5 millions (CHF 19.7 millions), l'EBIT reculant, pour sa part, de 42.9%, à CHF 1.2 million (CHF 2.1 millions). De nouveaux contrats importants ont été conclus ces derniers 12 mois, notamment avec Singapore Airlines et CNN Traveller. Certains ne produiront cependant leur plein effet en termes de chiffres d'affaires et de revenus qu'en 2009.

Lancement réussi de Digital & Marketing Services

Le secteur Digital & Marketing Services, qui travaille à l'échelle internationale dans le domaine des services marketing et online destinés aux annonceurs et aux agences, s'est transformé, dans un délai très bref, d'organisation naissante en un secteur d'activité autonome et performant. Ce nouveau secteur, auquel appartiennent la société d'e-commerce namics (Suisse et Allemagne), le prestataire de services marketing et médias SVBmedia (Pays-Bas) et la société de marketing en ligne zanox, active au niveau mondial, a réalisé au 1^{er} semestre un chiffre d'affaires de CHF 122.7 millions (CHF 14.8 millions) et un EBIT de CHF 2.8 millions (CHF 0.6 million). La marge brute, indicateur de la valeur ajoutée, a progressé à CHF 26.7 millions (CHF 14.5 millions).

Si la part de PubliGroupe dans la société zanox, qui n'est pas encore consolidée dans les comptes semestriels par intégration globale mais par mise en équivalence, était pleinement intégrée dans le périmètre de consolidation, le chiffre d'affaires de Digital & Marketing Services aurait atteint CHF 171.9 millions et l'EBIT CHF 5.1 millions. A l'issue de l'adaptation des structures financières, actuellement en cours, deux sociétés opéreront conjointement sous la marque zanox sur les marchés internationaux. PubliGroupe et Axel Springer détiendront chacun une majorité de 65% dans l'une des deux sociétés zanox, PubliGroupe étant majoritaire dans celle responsable des marchés Suisse, France, Espagne, Italie, Asie et Amérique latine. Cette société sera pleinement intégrée dans le périmètre de consolidation de PubliGroupe.

Perspectives prudemment optimistes

Les secteurs Search & Find, Custom Publishing et Digital & Marketing Services devraient être en mesure de poursuivre leur développement dynamique. Quant au secteur Media Sales, le gain de dynamisme et d'efficacité résultant de la nouvelle organisation lui permettra d'améliorer ses résultats, à condition que les avancées opérationnelles ne soient pas neutralisées par une nouvelle détérioration de la conjoncture. Les plans d'optimisation des coûts déjà engagés, qui devraient se traduire sur une base annuelle par des économies de plus de CHF 10 millions, feront sentir leurs premiers effets positifs sur les résultats du 2^e semestre. PubliGroupe estime ainsi pouvoir améliorer son résultat du second semestre par rapport au premier sur le plan opérationnel.

Chiffres clés au 30 juin 2008

en millions de CHF	1er semestre 2008			1er semestre 2007			Evolution 2007–2008	
	IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents et avant les changements de périmètre 2008		IFRS	Pro forma excluant les éléments non récurrents 2007		IFRS	Pro forma
Chiffre d'affaires	1'108.3	(111.0)	997.3	1'074.7	1'074.7		+ 3.1%	- 7.2%
Marge brute	212.9	(13.9)	199.0	216.0	216.0		- 1.4%	- 7.9%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	51.6	(43.9)	7.7	24.4	(4.8)	19.6	+ 111.5%	- 60.7%
Résultat d'exploitation (EBIT)	61.9	(43.7)	18.2	37.4	(7.6)	29.8	+ 65.5%	- 38.9%
Résultat financier net	0.2	3.5	3.7	35.0	(29.2)	5.8	- 99.4%	- 36.2%
Résultat net, part de PubliGroupe S.A.	43.9	(30.6)	13.3	58.4	(32.4)	26.0	- 24.8%	- 48.8%
	au 30 juin 2008			au 30 juin 2007			Evolution 2007–2008	
Nombre de collaborateurs en fin de période	3'055			2'884			+ 5.9%	

Chiffres clés avec simulation de l'incidence de la structure cible de zanox :

en millions de CHF	1er semestre 2008			1er semestre 2007		Evolution 2007–2008
	IFRS	zanox, part du groupe selon "Zielstruktur"	simulation avec "Zielstruktur" zanox	IFRS	simulation avec "Zielstruktur" zanox	
Chiffre d'affaires	1'108.3	49.2	1'157.5	1'074.7		+ 7.7%
Marge brute	212.9	9.4	222.3	216.0		+ 2.9%
EBITDA	51.6	3.9	55.5	24.4		+ 127.5%
EBIT	61.9	2.3	64.2	37.4		+ 71.7%
Résultat net, part de PubliGroupe S.A.	43.9	0.6	44.5	58.4		- 23.8%

Informations sectorielles

1er semestre	Search & Find		Media Sales			Custom Publishing			Digital & Marketing Services			Corporate et autres			
	2008 2007		2008 2007			2008 2007			2008 2007			2008 2007			
Chiffre d'affaires	-5.2%	47.0	49.6	-7.1%	925.0	995.9	-26.4%	14.5	19.7	-	122.7	14.8	+9.5%	22.0	20.1
Marge brute	-6.8%	38.5	41.3	-8.6%	144.9	158.6	+4.8%	6.6	6.3	+84.1%	26.7	14.5	+15.0%	16.9	14.7
EBITDA	-2.5%	7.8	8.0	-70.5%	3.9	13.2	-28.6%	1.5	2.1	-	2.9	0.8	-	35.5	0.3
Part au résultat des sociétés associées	-12.6%	13.2	15.1	-50.0%	0.2	0.4	-	-	-	-	0.8	-	-17.9%	3.2	3.9
EBIT	-9.7%	20.4	22.6	-83.0%	1.8	10.6	-42.9%	1.2	2.1	-	2.8	0.6	-	35.7	1.5
Nombre de collaborateurs en fin de période	+11.8%	576	515	-2.1%	1'842	1'882	+14.0%	106	93	+65.2%	337	204	+2.1%	194	190

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 au 30 juin 2008 (rapport résumé du 25 août 2008) sont disponibles sur:
<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