

Rapport intermédiaire pour la période clôturant au 30 juin 2004

Lausanne, le 30 août 2004

PubliGroupe améliore de 62% son résultat d'exploitation (CHF 36 millions) avec un chiffre d'affaires (CHF 986 millions) dépassant très légèrement le niveau de l'année antérieure.

Le résultat financier n'enregistre plus de recettes de nature exceptionnelle et revient à son niveau ordinaire (CHF 9 millions / - 54%). Après impôts, lesquels augmentent de CHF 6.5 millions, le bénéfice net consolidé est identique à celui obtenu l'an dernier : CHF 32.5 millions.

L'évolution du chiffre d'affaires consolidé est positive pour la première fois depuis l'an 2000. Par rapport au 1^{er} semestre 2003, il augmente de CHF 2.7 millions, tandis que la marge brute progresse de CHF 2.1 millions. Cette situation est le reflet d'une stabilisation du marché de la publicité presse en Suisse après trois ans de fort recul, d'un début de reprise de ce même marché sur le plan international, et d'une progression des directories/Pages Jaunes pour des raisons tenant avant tout au programme de parution des livres téléphoniques, particulièrement chargé durant les six premiers mois de l'exercice 2004. Les charges d'exploitation diminuent encore de CHF 6.9 millions, grâce au plein effet des restructurations achevées à fin 2003. Tous les secteurs d'activités du groupe améliorent ainsi leurs résultats et contribuent à l'augmentation de CHF 13.7 millions du résultat d'exploitation.

Chiffres clés au 30 juin

<i>en millions de CHF</i>	Evolution	1er semestre 2004	1er semestre 2003
Chiffre d'affaires	-	986.4	983.7
Marge brute	+ 1%	211.2	209.1
Charges d'exploitation	- 3%	(191.2)	(198.1)
Part au résultat des sociétés associées	+ 42%	15.8	11.1
Résultat d'exploitation	+ 62%	35.8	22.1
Résultat financier	- 54%	8.9	19.1
Résultat exceptionnel	-	0.5	(3.0)
Résultat avant impôts	+ 18%	45.2	38.3
Impôts	+ 517%	(7.8)	(1.3)
Part des actionnaires minoritaires	+ 10%	(5.0)	(4.5)
Résultat du groupe	-	32.5	32.5

Commentaire général

Activités opérationnelles

Les marchés publicitaires commencent à se reprendre.

Les principaux indicateurs économiques influençant les marchés publicitaires sont à nouveau globalement favorables; ils ont déjà un impact positif sur certaines catégories d'annonceurs et sur quelques marchés; ils ne génèrent en revanche pas encore, notamment en Suisse, un retour général à une croissance soutenue.

Conformément à nos prévisions, le premier semestre 2004 a ainsi été caractérisé par une stabilisation progressive du marché de la publicité presse en Suisse (PubliPresse : - 2%), un début de reprise de ces mêmes marchés en Asie ainsi que dans les pays du sud de l'Europe (Publicitas Promotion Network : + 8%) et, à programme de parution équivalent, par le maintien du secteur des Pages Jaunes à un niveau historiquement élevé. L'augmentation constatée dans ce secteur est due avant tout à un programme de parution très chargé durant le premier semestre (PubliDirect : + 6%). La société de consulting/e-business namics est, pour sa part, en forte croissance (+ 22%) depuis le début 2004.

Le chiffre d'affaires consolidé (CHF 986 millions) est ainsi quasiment stable, avec une petite augmentation de CHF 2.7 millions. La marge brute progresse elle aussi de CHF 2.1 millions, pour atteindre CHF 211 millions.

Le résultat d'exploitation (CHF 36 millions /+ 62%) bénéficie de ce début de reprise. Sa forte augmentation (+ CHF 13.7 millions) reste cependant essentiellement due à une diminution des coûts.

Une nouvelle baisse des charges d'exploitation de 3% (- CHF 6.9 millions) s'ajoute en effet aux fortes réductions de coûts déjà réalisées en 2002 et 2003. Ces économies sont le fruit des réorganisations entreprises ces deux dernières années au sein des unités centrales du groupe, ainsi que dans les divisions opérationnelles PubliPresse et Publicitas Promotion Network. Les effectifs du groupe ont passé en 6 mois de 2'779 à 2'682 personnes, sans que l'efficacité et la densité des forces de vente soient amoindries, comme le démontre les performances de toutes les divisions sur leurs marchés. PubliDirect reste un pilier extrêmement solide en maintenant ses résultats à un très haut niveau. Tous les secteurs d'activités du groupe ont ainsi contribué à cette forte amélioration du résultat d'exploitation.

Activités hors exploitation

Le résultat financier (CHF 9 millions / - 54%) n'est plus influencé par des gains extraordinaires.

Le résultat financier passe de CHF 19.1 millions à CHF 8.9 millions. Il est stable, si l'on fait abstraction des gains extraordinaires de CHF 10 millions qui avaient été réalisés en 2003 : bénéfice sur vente d'immeubles de CHF 3.6 millions et plus-value des actions en portefeuille de CHF 6.4 millions.

Les produits et charges exceptionnels sont de peu d'importance et leur impact marginal.

Bilan au 30 juin 2004

Les fonds propres représentent 43% du bilan.

Dès le 1^{er} janvier 2004, l'entrée en vigueur d'une nouvelle norme comptable (Swiss GAAP RPC 24) impose de ne plus faire figurer les propres actions à l'actif du bilan sous la position "titres", mais de les porter en déduction des fonds propres à leur coût d'acquisition. L'application de cette norme a pour effet technique de réduire la liquidité nette et les fonds propres de CHF 35 millions. Ces actions restent bien évidemment à tout moment disponibles pour les besoins de financement du groupe. Leur évolution, à la hausse comme à la baisse, n'a dorénavant plus d'impact sur le compte de résultats. Cet élément, avec le dividende de CHF 19 millions versé en mai 2004, conduit à une baisse de la liquidité nette qui, à fin juin 2004, est de CHF 7 millions.

Nouveaux développements

Fort de ses bases opérationnelles à nouveau très saines, le groupe a repris l'initiative sur le plan stratégique, dès le terme du 1^{er} semestre 2004.

Un accord important a été conclu le 5 juillet 2004 entre PubliGroupe et le groupe Neue Zürcher Zeitung. Les relations déjà entretenues sur plusieurs plans entre les deux entreprises seront élargies, que cela soit dans le cadre des participations qu'elles détiennent dans des maisons d'édition ou dans celui de la commercialisation des offres publicitaires des journaux. PubliPresse assurera ainsi dès 2005 la commercialisation sur le marché publicitaire du quotidien NZZ et du journal dominical NZZ am Sonntag.

PubliGroupe a acquis, le 8 juillet 2004, les sociétés du groupe CINECOM en Suisse. Cinecom est spécialisé dans l'acquisition de publicité pour les cinémas (Cinecom S.A.) et pour la télévision, en priorité pour la fenêtre suisse de la chaîne SAT 1 (Cinecom & Media S.A.). Cinecom réalise un volume de ventes de l'ordre de CHF 70 millions (2003) et emploie quelque 50 collaborateurs. La publicité pour les cinémas représente 50% des ventes de cette société, qui se situe en outre au troisième rang des entreprises suisses spécialisées dans la commercialisation de publicité télévisuelle. Cette acquisition constitue un premier pas dans le domaine de la commercialisation des médias électroniques. Cinecom sera consolidé dans les comptes de PubliGroupe dès le 1^{er} juillet 2004.

Perspectives

Le deuxième semestre offre de bonnes perspectives.

Pour la première fois depuis trois ans, le retour à la croissance de certains segments du marché publicitaire incite à l'optimisme et permet d'espérer un rebond plus généralisé. Pour PubliGroupe, qui reste prudent dans ses prévisions, le maintien des tendances observées actuellement sur ses marchés conduit, pour l'ensemble de l'année, à un chiffre d'affaires consolidé légèrement supérieur à celui atteint l'an dernier avec, comme au premier semestre, une forte hausse du résultat d'exploitation et une diminution du résultat financier.

Marche des affaires par division

PubliPresse

Publicitas, Publimedia, Publimag et Mosse Media, les quatre régies d'annonces suisses constituant la division PubliPresse, ont vu leur chiffre d'affaires et leur marge brute diminuer de 2% et 3% durant le premier semestre 2004.

Le marché de la publicité presse, qui est globalement encore en recul, accumule depuis quelques mois des signes de reprise. Bien que diminuant en six mois de 1.6%, la publicité commerciale a connu des mois de mars et juin positifs. La publicité en provenance du secteur immobilier progresse de 4.8% et a été en hausse cinq mois sur six. Les offres d'emploi (- 6.5%) ont été en augmentation pour la première fois depuis trois ans en avril et juin. L'indice Publicitas est à nouveau en croissance depuis le mois de juin 2004.

Les évolutions par région et par branche demeurent très disparates. Les secteurs des télécommunications, du tourisme et des assurances sont à nouveau en progression aux côtés des grands distributeurs.

Les prévisions pour le second semestre restent prudentes et se fondent sur l'hypothèse d'une légère croissance compensant le recul du premier semestre.

Publicitas Promotion Network (PPN)

Sous l'impulsion des pays du sud et de l'ouest de l'Europe et des marchés asiatiques, particulièrement dynamiques durant les six premiers mois de l'année, le réseau international Publicitas Promotion Network parvient à augmenter son chiffre d'affaires de 8% (Europe : + 11% / Asie: + 17% / Amériques : - 5%). Le marché nord-américain, en particulier les USA, demeure difficile. Cette situation découle du non renouvellement de deux importants contrats, ce qui a conduit à une restructuration en profondeur de l'organisation et de la direction de cette région. Les perspectives de redressement sont bonnes, déjà en 2005. Les activités déployées pour la presse d'Amérique Latine sont en revanche toujours en progression. La marge brute n'augmente que de 2%, en raison de la baisse enregistrée sur le marché américain. Les perspectives 2004 sont, pour l'ensemble du réseau, à l'image du premier semestre.

PubliDirect

La division PubliDirect (chiffre d'affaires : + 6% / marge brute : + 8%) progresse aussi bien sur le marché suisse, où le chiffre d'affaires de LTV augmente de 6%, que sur le marché français, où Amitel (+ 12%) développe avec succès ses produits.

Les résultats obtenus sur le marché suisse sont fortement influencés par un programme de parution particulièrement "chargé" durant le premier semestre 2004. La division est également confrontée à une clientèle de PME qui ressort éprouvée de la crise. Cette situation incite à une certaine prudence dans les prévisions. La prise de participation, en juillet 2004, de 30% dans la société "The Guide Company", à Zurich, permettra d'intensifier la collaboration avec cette société et d'enrichir les services des Pages Jaunes.

Pour l'ensemble de l'année, les ventes devraient se situer au niveau de l'an dernier, un exercice déjà qualifié d'"historique".

Compte de résultats consolidé

en milliers de CHF

	1er semestre 2004	1er semestre 2003
Chiffre d'affaires	986'391	983'713
Achats	(724'435)	(724'225)
Réductions sur recettes	(50'748)	(50'427)
Marge brute	211'208	209'061
Charges de personnel	(137'858)	(144'445)
Charges de locaux	(13'976)	(14'741)
Charges de gestion	(31'959)	(30'392)
Pertes sur débiteurs	(3'052)	(2'610)
Amortissements d'exploitation	(4'312)	(5'896)
Total des charges	(191'157)	(198'084)
Part au résultat des sociétés associées	15'776	11'091
Résultat d'exploitation	35'827	22'068
Produits financiers	7'797	14'823
Charges financières	(3'654)	(3'361)
Produits immobiliers	6'514	10'328
Charges immobilières	(1'773)	(2'641)
Résultat financier	8'884	19'149
Résultat ordinaire avant impôts	44'711	41'217
Produits exceptionnels	697	2'478
Charges exceptionnelles	(190)	(5'429)
Résultat exceptionnel	507	(2'951)
Résultat avant impôts	45'218	38'266
Impôts	(7'752)	(1'257)
Résultat avant part des minoritaires	37'466	37'009
Part des actionnaires minoritaires	(4'989)	(4'546)
Résultat du groupe	32'477	32'463

Informations par division et par région géographique

en milliers de CHF

Chiffre d'affaires par division	Evolution	1er semestre 2004		1er semestre 2003	
		2004	% du total	2003	% du total
PubliPresse	- 2%	751'445	76.2%	766'196	77.9%
Publicitas Promotion Network	+ 8%	168'710	17.1%	156'308	15.9%
PubliDirect	+ 6%	51'411	5.2%	48'407	4.9%
PubliService, services centraux et divers	+ 16%	14'825	1.5%	12'802	1.3%
Chiffre d'affaires consolidé	-	986'391		983'713	

Chiffre d'affaires par région géographique	Evolution	1er semestre 2004		1er semestre 2003	
		2004	% du total	2003	% du total
Suisse	- 2%	809'498	82.1%	822'336	83.6%
Etranger	+ 10%	176'893	17.9%	161'377	16.4%
<i>Europe</i>	+ 12%	120'418	12.2%	107'300	10.9%
<i>Amériques</i>	- 5%	33'918	3.4%	35'548	3.6%
<i>Asie du Sud-Est</i>	+ 22%	22'557	2.3%	18'529	1.9%
Chiffre d'affaires consolidé	-	986'391		983'713	

Marge brute par division	Evolution	1er semestre 2004		1er semestre 2003	
		2004	% du total	2003	% du total
PubliPresse	- 3%	121'012	57.3%	125'012	59.8%
Publicitas Promotion Network	+ 2%	34'913	16.5%	34'162	16.3%
PubliDirect	+ 8%	44'140	20.9%	40'737	19.5%
PubliService, services centraux et divers	+ 22%	11'143	5.3%	9'150	4.4%
Marge brute consolidée	+ 1%	211'208		209'061	

Effectif du personnel en fin de période par division (en unités)	Evolution	au 30 juin 2004		au 31 décembre 2003	
		2004	% du total	2003	% du total
PubliPresse	- 6%	1'436	53.5%	1'526	54.9%
Publicitas Promotion Network	- 4%	430	16.0%	450	16.2%
PubliDirect	+ 1%	509	19.0%	502	18.1%
PubliService, services centraux et divers	+ 2%	307	11.5%	301	10.8%
Effectif du personnel en fin de période	- 3%	2'682		2'779	

Bilan consolidé

en milliers de CHF

	au 30 juin 2004	au 31 décembre 2003
Actif		
Disponibilités	34'197	62'564
Titres *	99'046	119'389
Débiteurs clients	303'414	277'140
Débiteurs divers	14'663	12'985
Travaux en cours	45'697	41'715
Actifs transitoires	51'291	20'064
Actif circulant	548'308	533'857
Terrains et immeubles	108'034	109'571
Autres immobilisations	16'111	18'011
Prêts	56'419	50'657
Participations aux sociétés associées	112'431	102'163
Autres participations	78'682	74'749
Actif immobilisé	371'677	355'151
Total de l'actif	919'985	889'008
Passif		
Dettes bancaires	126'500	95'155
Créanciers-fournisseurs	206'193	178'823
Autres créanciers	51'920	49'683
Passifs transitoires	80'784	87'198
Fonds étrangers à court terme	465'397	410'859
Emprunts à long terme	1'188	1'194
Provisions	14'175	16'382
Fonds étrangers à long terme	15'363	17'576
Fonds étrangers	480'760	428'435
Part des actionnaires minoritaires	43'534	43'613
Capital-actions PubliGroupe S.A.	24'863	24'863
Propres actions *	(54'211)	
Réserve de bénéfice	425'039	392'097
Fonds propres	395'691	416'960
Total du passif	919'985	889'008

* Conformément à Swiss GAAP RPC 24, dès 2004, les propres actions ne sont plus portées à l'actif sous la position "titres", mais en déduction des fonds propres, à leur valeur d'acquisition.

Ce rapport intermédiaire est conforme à Swiss GAAP RPC 12.

PubliGroupe S.A.
Avenue des Toises 12
CH - 1002 Lausanne
Tél. : +41 (21) 317 71 11
Fax : +41 (21) 317 75 55