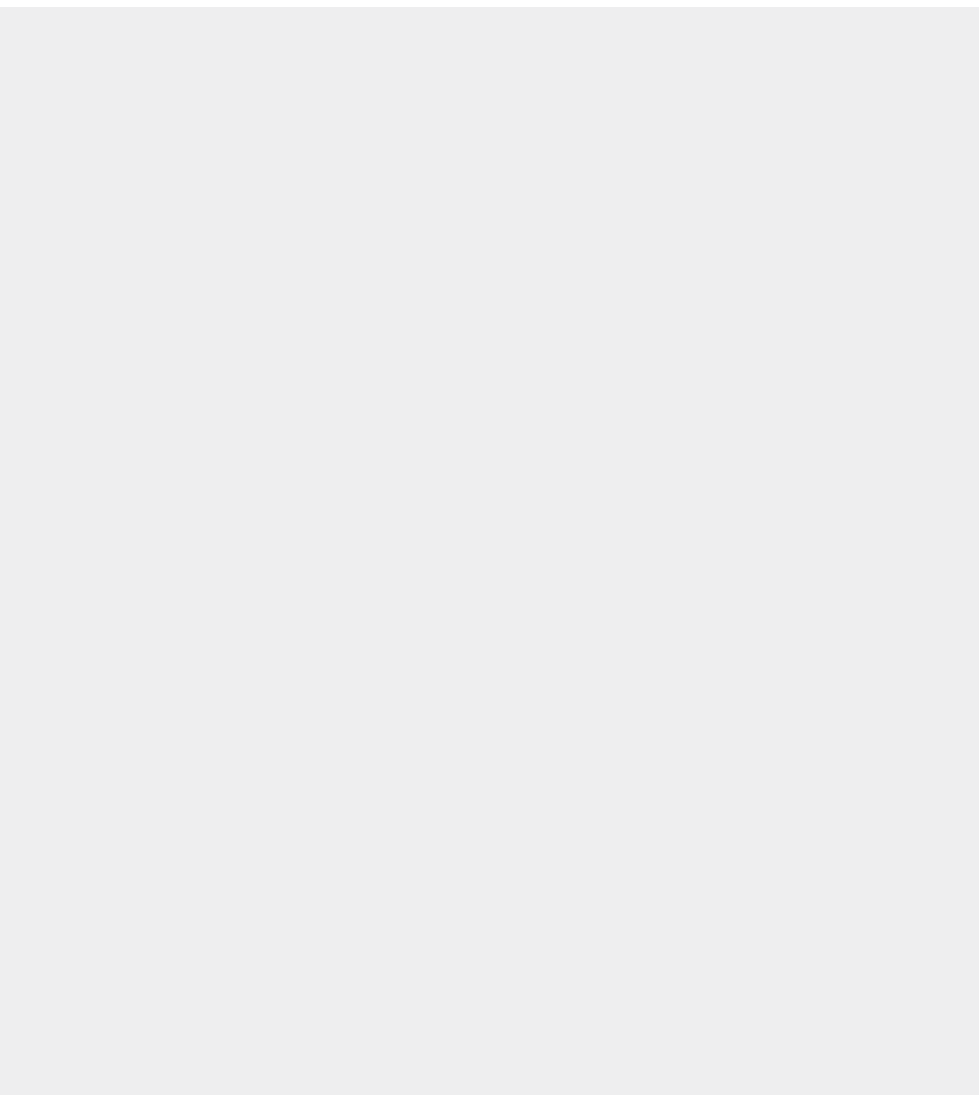


tamedia:

Compte-rendu 2012



Chiffre-clés

en mio. CHF	2012	2011	Variation
Compte de résultat			
Produit d'exploitation	1 052,4	1 117,2	−5,8%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	203,4	237,7	−14,4%
Marge	19,3%	21,3%	−9,2%
Résultat d'exploitation (EBIT)	143,0	180,8	−20,9%
Marge	13,6%	16,2%	−16,0%
Résultat	152,0	178,8	−15,0%
Produit d'exploitation par domaine d'activité avec tiers			
Print Régional	484,3	531,8	−8,9%
Print National	420,3	447,4	−6,0%
Digital	147,8	138,0	7,1%
Bilan			
Fonds de roulement	324,9	410,2	−20,8%
Immobilisations	1 756,0	1 330,8	32,0%
Total du bilan	2 080,9	1 741,0	19,5%
Capital d'emprunts	892,6	785,2	13,7%
Capitaux propres	1 188,3	955,8	24,3%
Indices financiers			
Degré d'autofinancement	57,1	54,9	4,0%
Capital propre-Rentabilité	12,8	18,7	−31,6%
Indices sur le personnel			
Effectifs à la date de clôture du bilan ¹	3 471	3 330	4,2%
Produit d'exploitation par collaborateur/-trice ² en CHF 000	313,2	338,4	−7,5%
Indices par action			
Résultat par action en CHF	14.54	16.82	−13,6%
Dividende par action en CHF	4.50 ³	5.75	−21,7%
Dividendes-Rendement	4,4%	4,9%	−11,2%
Rapport cours-bénéfice ⁴ x	7,1	6,9	2,0%

1 Nombre d'emplois à plein temps des secteurs poursuivis
2 Sur la base de l'effectif du personnel moyen
3 Demande du Conseil d'administration
4 Sur la base du cours de fin d'année

Sommaire

Vue d'ensemble	1
Editorial du président	2
Conseil d'administration	4
Commentaire du directeur de l'entreprise	6
Direction générale	8
Organigramme	10
Rapport annuel 2012	11
Compte rendu opérationnel et environnement de marché	12
Compte rendu financier	26
Comparaison pluriannuelle	33
Informations à l'attention des investisseurs	34
Tamedia-Groupe	36
Actionnaires principaux	44
Contact/Impressum	46

Editorial du président

Evolution dynamique dans un cadre exigeant



Dr Pietro Supino, président du Conseil d'administration

Mesdames, Messieurs,

Tamedia a connu un exercice 2012 exigeant. L'environnement économique s'est révélé relativement positif en dépit de la fermeté du franc, mais le marché publicitaire important pour les médias s'en est découplé et a affiché une évolution négative. Une accélération attendue du changement structurel est en outre intervenue.

Nous avons répondu à cette évolution par des hausses d'efficacité, mais également par des coopérations avec d'autres entreprises de médias indépendantes. Par ailleurs, nous avons développé de nouveaux secteurs d'activité, notamment dans les départements 20 Minuten et Digital. Nous mettons également beaucoup d'espoirs dans les modèles de paiement pour les offres numériques de nos journaux en abonnement, qui se sont vues étoffées. Nous sommes tributaires à cet égard que nos modèles de paiement ne soient pas concurrencés par des offres gratuites de la SSR largement financée par des redevances.

Pour Tamedia, l'année commerciale 2012 a été marquée par une dynamique toujours élevée. Avec le développement du service de recherche de *Le Matin Dimanche* et *SonntagsZeitung*, de même que l'initiative pour le Investigative Journalism Summer Course de la Columbia University à New York, nous avons investi dans le journalisme d'investigation. Les rédactions en ligne et print de *20 Minuten* et du *Tages-Anzeiger* ont traversé avec succès un processus de convergence ardu. La *SonntagsZeitung* forte de ses coopérations avec le *Bund* et la *Basler Zeitung* est en voie de devenir le titre dominical le plus vendu en Suisse. Nous avons lancé deux titres prometteurs avec le magazine national d'art de vivre *Encore* et le supplément multilingue *Auto*. Notre plateforme immobilière *Homegate* a étendu sa forte position de marché grâce à sa participation dans *Immostreet*. Conjointement avec Ringier, nous avons absorbé la plateforme d'offres d'emplois *jobs.ch*. En combinaison avec nos portails *alpha.ch*, *jobsuchmaschine.ch*, *jobup.ch* et *jobwinner.ch*, nous disposons d'une excellente base de départ pour nos entreprises actives dans ce secteur décisif. Au Tessin, nous avons acquis une participation dans le portail en ligne leader *tio.ch* avec notre partenaire de *20 minuti*, l'éditeur Giacomo Salvioni. Après le succès du nouveau journal pour pendulaires *L'essentiel* au Luxembourg, en partenariat avec la maison Editpress, nous avons posé la première pierre de l'extension accrue de nos activités à l'étranger, en reprenant le journal danois pour pendulaires *MetroXpress*. Dans l'imprimerie aussi, nous avons enregistré des progrès: depuis septembre dernier, le *Bieler Tagblatt* sort des presses de Druckzentrum Bern et dès le mois d'avril, la *Basler Zeitung* sera imprimée par nos soins à Zurich.

Une évolution dynamique dont nous pouvons être fiers dans ce contexte exigeant. Avec un résultat de 152 millions de francs et une marge de 14 pour cent, 2012 est également un bon cru sur le plan financier. Le compte de résultat a toutefois bénéficié à nouveau d'effets extraordinaires. Le résultat d'exploitation ordinaire s'est élevé à environ 120 millions de francs (contre 160 mio. CHF l'an précédent). Une évolution décevante, même si 2011 a été le meilleur exercice de l'histoire de notre entreprise. Des mesures d'économie ont été engagées outre ces mesures stratégiques en vue de combler les pertes de marge. Elément positif non négligeable, Tamedia avait déjà pratiquement épongé ses dettes vers fin 2012 après l'absorption d'Edipresse Suisse. Mais entre-temps, l'acquisition de *jobs.ch* a de nouveau exigé des fonds de tiers considérables qui devront être amortis ces deux ou trois prochaines années avec les revenus de l'activité courante. Le Conseil d'administration propose par conséquent le versement d'un dividende de 4,50 francs par action.

L'évolution positive de notre entreprise et le bon résultat sont le fruit de l'engagement de la direction et des collaborateurs. Je les en remercie tous sincèrement au nom du Conseil d'administration. Je remercie aussi tout particulièrement Martin Kall, qui a dirigé nos activités opérationnelles de 2002 à fin 2012. Il n'a eu de cesse des les améliorer et a créé ainsi les prémices de notre développement réjouissant, auquel il a grandement contribué tout au long des diverses étapes. Martin Kall quitte malheureusement Tamedia après cette dizaine d'années, laissant derrière lui une entreprise en excellent état, et avec un successeur très bien préparé en la personne de Christoph Tonini, une équipe de direction forte et rodée, des collaborateurs compétents et engagés ainsi qu'un excellent positionnement sur des marchés attrayants. Le Conseil d'administration propose à l'assemblée générale d'élire Martin Kall au Conseil d'administration. Nous serions ravis de poursuivre la collaboration avec lui sous de nouveaux auspices.

Nous déplorons hélas un décès dans les rangs du Conseil d'administration. Charles von Graffenried est décédé peu après son 87e anniversaire des suites d'une brève maladie. Homme de son temps aux intérêts multiples, il a contribué de manière décisive à façonner l'univers suisse des médias: architecte et éditeur de la *Berner Zeitung*, fondateur et président d'Espace Media Groupe ainsi qu'éditeur du *Bund*. Partenaire lors de la fusion d'Espace Media et de Tamedia, il œuvrait depuis lors en qualité d'administrateur de Tamedia. Déjà précédemment, il nous avait accordé son appui et conseillé ma famille, d'abord propriétaire unique, puis majoritaire. C'est lui aussi qui a baptisé la société Tamedia. Nous conserverons son souvenir dans nos mémoires.

Martin Bachem quitte le Conseil d'administration au terme de son mandat. Cet économiste âgé de 55 ans, qui fait partie de la famille fondatrice de Ziegler Druck- und Verlags-AG, en préside le Conseil d'administration depuis 1996. Mes pairs du conseil d'administration et moi-même regrettons qu'il quitte notre organe suprême, qu'il a enrichi par son travail consciencieux et compétent. Il s'en retire afin d'éviter tout conflit d'intérêts dans le cadre de la future réorientation de Ziegler Druck- und Verlags-AG, dans laquelle Tamedia détient une participation de 20 pour cent. Nos remerciements et nos meilleurs vœux l'accompagnent.

Mon cousin Andreas Schulthess a également annoncé son départ du Conseil d'administration. Il souhaite se réorienter professionnellement après six ans de collaboration et ne se présente donc malheureusement pas pour sa réélection. Je remercie Andreas Schulthess aussi au nom de mes collègues du Conseil d'administration pour son grand engagement dans une période de changements fondamentaux pour l'entreprise. Nous nous réjouissons qu'il reste attaché à l'entreprise comme actionnaire familial. Le Conseil d'administration demande à l'assemblée générale d'élire ma cousine, Claudia Coninx-Kaczynski pour le remplacer. Juriste âgée de 39 ans, elle a fait ses études à l'Université de Zurich et à la London School of Economics and Political Sciences. Après ses travaux de recherche à l'Université de Zurich, Claudia Coninx-Kaczynski a dirigé les activités d'une société immobilière, où elle siégeait au conseil d'administration. Actuellement, elle fait entre autres partie du conseil d'administration de P.A. Media AG, une filiale de Swisscontent AG.



Dr Pietro Supino
Président du Conseil d'administration



Pietro Supino



Tibère Adler



Martin Bachem



Pierre Lamunière

Pietro Supino, président du Conseil d'administration, président de la commission de publication, de la commission de nomination et de rémunération et de la commission de développement des activités Dr Pietro Supino (CH/1965) a été nommé éditeur et président du Conseil d'administration en mai 2007. Il est membre du Conseil d'administration de Tamedia depuis 1991. De 1989 à 1998, Pietro Supino a travaillé comme avocat et conseiller en entreprise, avant de créer une banque privée à Zurich avec des partenaires. Aujourd'hui, il est notamment président du Conseil d'administration d'Espace Media SA, vice-président de Tamedia Publications romandes S.A., membre des Conseils d'administration de Le Temps SA et de l'Agence Télégraphique Suisse SA ainsi que vice-président du Comité de l'association Médias Suisses. Pietro Supino a terminé ses études de droit et d'économie à l'Université de Saint-Gall par un doctorat. Il a par ailleurs obtenu le brevet d'avocat zurichois et un Master à la London School of Economics and Political Sciences. Pour se préparer à sa fonction d'éditeur, il a fréquenté la Columbia School of Journalism de New York, dont il a intégré le Board of Visitors en 2012.

Tibère Adler, membre de la commission de révision et de la commission de nomination et de rémunération Tibère Adler (CH/1963) est membre du Conseil d'administration depuis mai 2011. Il a obtenu son brevet d'avocat au terme de ses études de droit à l'Université de Genève, puis l'Executive MBA auprès de l'IMD, la prestigieuse école de management lausannoise. Après avoir travaillé comme avocat et conseiller juridique indépendant pour le compte de l'association des éditeurs Presse Romande, Tibère Adler a rejoint Edipresse en 1993 et y a exercé diverses fonctions: conseiller juridique, responsable de la gestion des ressources humaines, directeur administratif, secrétaire général, directeur d'Edipresse Online, directeur général adjoint puis directeur général d'Edipresse Suisse. Nommé directeur général (CEO) de l'ensemble du Groupe Edipresse en 2005, il a occupé ce poste jusqu'à la fin du premier semestre 2011. Tibère Adler siège aux Conseils d'administration de plusieurs entreprises suisses en qualité de membre indépendant. Il est président de la Fondation Swiss Board Institute et président d'honneur de Médias Suisses – Association des médias privés romands – à Lausanne.

Martin Bachem, président de la commission de révision Martin Bachem (CH/1958) a été nommé membre du Conseil d'administration en mai 2010. Il a obtenu son doctorat en économie à l'Université de Zurich puis a suivi des programmes de formation dans le domaine de la finance à New York et à Chicago. Il a entamé sa carrière professionnelle en 1985 en qualité de spécialiste du marché des capitaux chez J. P. Morgan. De 1990 à 1994, il a dirigé le service Risk Management Advisory Services auprès de la Société de Banque Suisse avant d'être nommé Chief Operating Officer du secteur Investment Banking Suisse en 1995. A ce titre, il a coordonné en Suisse la fusion des banques d'investissement de la Société de Banque Suisse et de l'Union de Banques Suisses. En 2003, il a été désigné Chief Operating Officer de Group Human Resources auprès d'UBS SA. Martin Bachem travaille en tant qu'indépendant depuis 2007. En sa qualité de représentant de la famille fondatrice, il est en outre membre depuis 1985 et président depuis 1995 du Conseil d'administration de Ziegler Druck- und Verlags-AG.

Pierre Lamunière, membre de la commission de développement des activités Pierre Lamunière (CH/1950) est membre du Conseil d'administration depuis mai 2009. Après avoir étudié aux Etats-Unis (MBA Wharton School, University of Pennsylvania), Pierre Lamunière a rejoint le groupe Edipresse en 1977. Directeur général de l'entreprise à compter de 1987, il a été nommé président et délégué du Conseil d'administration en 1998. De 1997 à 2002, Pierre Lamunière a été membre du Conseil d'administration de la Poste. Il est président de Lamunière SA et de ses filiales. Pierre Lamunière est membre du Comité de direction de la Fédération internationale de la presse périodique (FIPP), qu'il a présidée de 2007 à 2009. Depuis mars 2008, il est membre du Conseil d'administration de la Banque Cantonale Vaudoise (BCV).



Konstantin Richter



Iwan Rickenbacher



Andreas Schulthess

Konstantin Richter, membre de la commission de révision et de la commission de publication Konstantin Richter (D/1971) est membre du Conseil d'administration depuis 2004. Après ses études de littérature anglaise et philosophie en Grande-Bretagne (MA, Edimbourg) et de journalisme aux Etats-Unis (MS, Columbia University), Konstantin Richter a travaillé pendant plusieurs années comme journaliste pour des publications de langue anglaise. Il a été assistant de rédaction pour la *Columbia Journalism Review* à New York et pour le *Cambodia Daily* à Phnom Penh ainsi que reporter attaché au *Wall Street Journal* à Bruxelles. Konstantin Richter est aujourd'hui écrivain et journaliste indépendant. Il est l'auteur des livres «*Bettermann*» (2007) et «*Kafka war jung und er brauchte das Geld*» (2011) et écrit des articles pour *Die Zeit* et *Welt am Sonntag*.

Iwan Rickenbacher, membre de la commission de publication et de la commission de développement des activités Le professeur Dr Iwan Rickenbacher (CH/1943) est membre du Conseil d'administration depuis 1996. Il a commencé sa carrière professionnelle en 1975 comme directeur du séminaire pédagogique du canton de Schwyz. De 1988 à 1992, il a occupé la fonction de secrétaire général du Parti démocrate-chrétien (PDC) suisse à Berne. Iwan Rickenbacher est conseiller en communication indépendant depuis 1992. En 2000, il a été nommé professeur honoraire à l'Université de Berne. Iwan Rickenbacher est membre du Conseil d'administration d'Eskamed AG à Bâle et président du Conseil de fondation de la Schweizer Journalistenschule (MAZ) à Lucerne. Après l'obtention du diplôme d'enseignant, il a entamé des études de sciences de l'éducation qu'il a terminées par un doctorat.

Andreas Schulthess, membre de la commission de révision et de la commission de nomination et de rémunération Andreas Schulthess (CH/1970) est membre du Conseil d'administration depuis mai 2007. Il a débuté sa carrière professionnelle en 1993 au service du personnel de Tamedia en tant qu'étudiant salarié à temps partiel. Après avoir terminé ses études, il a travaillé dès 2000 comme IT-Business Consultant spécialisé en nouvelles technologies et e-commerce chez Applied International Informatics et Cap Gemini Suisse SA. Durant cette période, il a exercé une activité internationale, mettant notamment en place une nouvelle équipe de consultants à Vienne pendant un an. Après un perfectionnement en tant que coach et une activité correspondante dans le domaine du développement de la conduite et de la personnalité, il a retrouvé le chemin des ressources humaines. De 2005 à 2011, il a travaillé aux ressources humaines de Swiss Life Suisse SA et pris la direction des ressources humaines Suisse. Andreas Schulthess a obtenu sa lic. ès sc. pol. à l'Université de Zurich en 1999. Il a par ailleurs suivi des études postgrade HES d'Executive Master of Human Resources Management à l'Institut für Angewandte Psychologie à Zurich.

Commentaire du directeur de l'entreprise

Idéalement positionnés, pour façonner avec succès le nouveau paysage médiatique



Christoph Tonini, président de la direction générale

L'an dernier, Tamedia a poursuivi le développement de ses activités numériques et a franchi une nouvelle étape importante à l'étranger, sans pour autant perdre de vue le cœur de ses activités, la distribution de journaux et de magazines en Suisse. Une stratégie qui s'est avérée payante, puisque nous avons réalisé un résultat solide dans un environnement de marché difficile, tout en maintenant intactes nos perspectives de croissance pour l'avenir.

Les recettes publicitaires générées par les médias imprimés ont connu un nouveau recul au cours de l'exercice sous revue. Les offres d'emploi et du marché financier ont particulièrement été affectées par le ralentissement de l'activité économique. L'objectif premier de Tamedia a été de maintenir l'offre de contenus pour les lecteurs des quotidiens et de contrecarrer la baisse du chiffre d'affaires et du résultat par une adaptation de la structure des coûts. Mais notre position dominante sur plusieurs marchés des journaux nous a en outre permis, parallèlement au lancement de suppléments multilingues pour les magazines *Encore* et *Auto* ou à la coopération entre la *SonntagsZeitung* et le *Bund* à Berne, d'exploiter de nouveaux potentiels en termes de chiffre d'affaires. De plus, nos médias profitent des avantages d'un groupe médiatique national dans des domaines comme l'impression des journaux. Ces mesures ont permis au secteur Print Régional d'augmenter légèrement son résultat malgré un recul de son chiffre d'affaires.

Dans le secteur Print National, qui a enregistré un bon résultat, les médias en rapport avec le secteur de la finance ont plus particulièrement connu une baisse sensible de leur chiffre d'affaires. La situation du quotidien suisse romand *Le Matin*, dont les pertes élevées persistent, n'est guère encourageante. Le groupe de médias *20 Minuten*, en revanche, conforte une nouvelle fois sa position sur le marché suisse des médias. Ces dernières années, l'équipe de *20 Minuten* a également intégré les lecteurs de Suisse romande, avec le journal *20 minutes* et développé le marché des journaux pour pendulaires au Luxembourg, grâce au titre *L'essentiel*. Suite au lancement du journal pour pendulaires en italien *20 minuti*, il y a un an et demi, *20 Minuten* est aujourd'hui le seul groupement de quotidiens en Suisse à être présent dans les trois grandes régions linguistiques. La participation dans *MetroXpress* au Danemark montre que nous sommes prêts à exporter cette expérience en matière de journaux pendulaires et de sites d'informations à l'étranger également. Nous sommes persuadés que le concept de *20 Minuten* aura un écho favorable au Danemark. Si *MetroXpress* connaît un développement

Informations de segment

en CHF 000

	2012	2011
Print Régional	546 784	618 199
Print National	421 026	449 241
Digital	148 187	144 270
Eliminations intersegment	(63 601)	(94 519)
Produit d'exploitation	1 052 397	1 117 192
Print Régional	(452 268)	(519 863)
Print National	(323 896)	(334 738)
Digital	(136 476)	(119 440)
Eliminations intersegment	63 601	94 519
Charges d'exploitation	(849 039)	(879 523)
Print Régional	94 516	98 336
Print National	97 131	114 502
Digital	11 711	24 830
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	203 358	237 669
Print Régional	17,3%	15,9%
Print National	23,1%	25,5%
Digital	7,9%	17,2%
Marge EBITDA	19,3%	21,3%

favorable, de nouveaux investissements sur des marchés des médias étrangers ne sont pas exclus.

Mais c'est en Suisse que le fait le plus marquant de 2012 a eu lieu. A l'automne, nous avons investi dans le premier site d'emplois en ligne *jobs.ch* AG, avec notre partenaire Ringier. Un investissement qui nous permet de participer de manière non négligeable au marché très fructueux des rubriques en ligne de la plateforme, leader dans son domaine. Tamedia et Ringier entendent renforcer leur présence sur le marché des emplois en ligne au cours des années à venir. Nous avons donc transféré les plateformes performantes que nous détenions jusqu'ici, à savoir *alpha.ch*, *jobup.ch* et *jobwinner.ch*, vers *jobs.ch* AG. *Homegate.ch*, leader du marché des portails immobiliers, a également conforté sa position en prenant une participation dans *immostreet.ch*. Avec *homegate.ch* et *jobs.ch*, nous bénéficions donc d'une position unique sur le marché des rubriques en ligne en Suisse. Les deux sites d'informations *20 Minuten Online* et *Newsnet* ainsi que le portail d'annuaires à fort rayonnement *search.ch* viennent compléter notre portefeuille en ligne unique en son genre.

Malgré notre position exceptionnelle sur le marché des utilisateurs, l'évolution du secteur Digital est bien en-deça des attentes. Les investissements dans

l'extension de *search.ch* et de *fashionfriends.ch* ont pesé sur le résultat, le marché publicitaire display de Digital a connu une évolution plus lente que prévu, et les utilisateurs sont de plus en plus nombreux à accéder à nos sites d'information par le biais d'appareils mobiles. La publicité sur les mobiles a été encore peu exploitée jusqu'ici par le marché publicitaire. Avec des projets favorisant le développement du marché publicitaire sur les mobiles, les projets de convergence pour *20 Minuten* et le *Tages-Anzeiger*, la mise en place de modèles de paiement numériques pour les abonnés aux quotidiens et les investissements dans *jobs.ch* et *immostreet.ch*, nous sommes sur la bonne voie pour consolider les revenus du secteur Digital. Si les objectifs des nouveaux projets du secteur Digital ne sont pas été atteints, nous tirerons rapidement les conséquences, tout comme l'an passé pour la plateforme de promotion *scoop.ch*.

A l'automne, Rolf Bollmann, membre de la direction générale de l'entreprise depuis 2005 et responsable de nos médias zurichois depuis 2008, a décidé de relever un nouveau défi au poste de CEO de Basler Zeitung Medien. Je tiens à le remercier vivement pour son engagement indéfectible au sein de Tamedia. Début 2013, j'ai succédé à Martin Kall à la présidence de la direction générale. Tamedia le remercie vivement pour son engagement sans faille et son excellent travail. Si notre entreprise occupe aujourd'hui l'excellente position qui est la sienne sur le marché des médias suisses et si elle est en mesure, sur le plan économique, de prendre son avenir en mains, nous le devons en grande partie à Martin Kall. Pour cette raison, mais aussi eu égard à notre étroite collaboration tout au long de ces dernières années, je tiens à lui adresser mes remerciements. Je me réjouis qu'il continue d'accompagner Tamedia, probablement en tant que membre du conseil d'administration. Je profite également de cette occasion pour remercier le conseil d'administration de Tamedia pour la confiance qu'il m'a témoignée en me nommant au poste de directeur général, ainsi que vous tous, chers et chères actionnaires, pour votre engagement en faveur de Tamedia.



Christoph Tonini
Président de la direction générale



Christoph Tonini



Christoph Brand



Ueli Eckstein



Marcel Kohler

Christoph Tonini, président de la direction générale Christoph Tonini (CH/1969) est président de la direction générale de Tamedia depuis janvier 2013. Il est entré chez Tamedia en avril 2003 en qualité de directeur financier et de membre du comité de direction. Ces dernières années, il a dirigé entre autres les services, les journaux pour la Suisse et le secteur Médias Suisse, avant de devenir responsable du département Digital & 20 Minuten. Depuis 2007, il était en outre vice-président de la direction générale. Avant de rejoindre Tamedia, Christoph Tonini a occupé différents postes chez Ringier de 1998 à 2003. Il avait pour finir la responsabilité de Ringier Hongrie et de Ringier Roumanie. Christoph Tonini a suivi des études de MBA à l'Université de Saint-Gall de 2001 à 2003. De 1990 à 1993, cet imprimeur offset de formation a étudié à l'Ecole Suisse d'ingénieurs de l'industrie graphique et de l'emballage (esig) à Lausanne.

Christoph Brand, responsable du département Digital Christoph Brand (CH/1969) est membre de la direction générale depuis le 1er octobre 2012 et responsable du département Digital. A la tête de l'entreprise de télécommunications Sunrise de 2006 à 2010, où il a mis en œuvre une stratégie de croissance fructueuse, Christoph Brand a ensuite été nommé CEO de l'éditeur de logiciels Adcubum, dernier poste qu'il a occupé avant d'intégrer Tamedia. Auparavant, après avoir terminé des études d'économie à l'université de Berne, Christoph Brand avait occupé plusieurs postes d'encadrement chez Bluewin et Swisscom, en dernier lieu celui de Chief Strategy Officer et de membre de la direction. Parallèlement à ses activités opérationnelles, Christoph Brand a siégé aux Conseils d'administration de Directories, Cinetrade, Swisscom Mobile et Micronas.

Ueli Eckstein, responsable du département Médias régionaux Suisse alémanique Ueli Eckstein (CH/1952) est membre de la direction générale depuis septembre 2009 et assume la responsabilité du département Médias régionaux Suisse alémanique. Auparavant, il était CEO adjoint et responsable du département Médias imprimés d'AZ Medien. Ce typographe de formation a déjà travaillé chez Tamedia de 1976 à 1997. Après son entrée à la comptabilité de l'ancienne Tages-Anzeiger AG, il a notamment été collaborateur au sein de l'état-major du comité de direction, responsable de la comptabilité et directeur du Controlling, ainsi que directeur d'édition adjoint du Tages-Anzeiger. Avant de rejoindre AZ Medien, Ueli Eckstein a dirigé les éditions de la *SonntagsZeitung* de 1995 à 1997. Il est notamment diplômé de la Technikerschule der Grafischen Industrie Zürich (TGZ) et de la Controller-Akademie Gauting en Allemagne.

Marcel Kohler, responsable du département 20 Minuten Marcel Kohler (CH/1960) est membre de la direction générale et responsable du département 20 Minuten depuis janvier 2013. Auparavant, il dirigeait l'alliance de médias 20 Minuten depuis 2006. C'est en 1982 qu'il a intégré le secteur des médias en entrant au Schaffhauser Bock. A partir de 1985, Marcel Kohler a travaillé pendant plus de 20 ans chez l'éditeur du journal *Neue Zürcher Zeitung*. D'abord Key Account Manager, il est devenu chef de vente, chef des annonces, puis directeur d'édition adjoint. Marcel Kohler était par ailleurs membre du groupe de projet responsable du lancement du journal dominical *NZZ am Sonntag*. Après une formation de directeur de vente au SAWI, à Bienne, il a suivi une formation continue en marketing systémique à l'Université de Saint-Gall.



Sandro Macciachini



Serge Reymond



Andreas Schaffner

Sandro Macciachini, responsable du département Finances Sandro Macciachini (CH/1966) est membre de la direction générale depuis le 1^{er} janvier 2008. Il a pris la tête du service juridique de Tamedia en 2003. Sandro Macciachini a terminé ses études de droit en 1995 en obtenant son brevet d'avocat. Il a ensuite travaillé au sein d'un cabinet d'avocats bernois avant de devenir consultant en droit pour l'Association de la presse suisse jusqu'en 1999. Il a obtenu son doctorat en avril 2003 avec une thèse consacrée au droit des médias. En 2006, Sandro Macciachini a achevé un perfectionnement CAS en finances et comptabilité. Il a obtenu le Master of Advanced Studies Corporate Finance en 2009.

Serge Reymond, responsable des départements Publications romandes et Médias Suisse alémanique Serge Reymond (CH/1963) est membre de la direction générale de Tamedia et responsable du département Publications romandes depuis le 1^{er} mai 2011. Début 2012, il a également pris les rênes du département nouvellement créé Médias Suisse alémanique. Serge Reymond a fait des études de mathématiques et d'économie à l'Université de Lausanne, validées par une licence et un MBA. Il a travaillé entre autres pour l'entreprise Galenica et le groupe Swatch avant de prendre la direction de Naville Détail, société spécialisée dans les kiosques à journaux et la distribution en Suisse romande. En 2007, Serge Reymond a été nommé délégué du Conseil d'administration du groupe Naville. En 2009, il rejoint le Groupe Edipresse au poste de vice-président de la direction générale. Le 1^{er} juin de la même année, il a repris la présidence de la direction d'Edipresse Suisse (Tamedia Publications romandes).

Andreas Schaffner, responsable du département Services d'édition Andreas Schaffner (CH/F/1963) est membre de la direction générale et responsable du département Services d'édition depuis le 1^{er} novembre 2009. A ce poste, il est responsable des centres d'impression de Berne, Zurich et Lausanne, des départements Prépresse et Logistique d'édition ainsi que des services du marché des lecteurs. Après un apprentissage de relieur, Andreas Schaffner a multiplié les expériences professionnelles et d'encadrement dans l'industrie graphique avant d'étudier à l'Ecole Suisse d'Ingénieur des Industries Graphiques à Lausanne. Il est entré chez Ringier en qualité de chef de projet en 1995. Chez Ringier SA, il a dirigé différents départements de service et d'impression avant d'être nommé directeur de Ringier Print Adligenswil en 2005. De 2007 à 2009, Andreas Schaffner, qui a suivi des études d'Executive MBA parallèlement à son activité professionnelle, a été membre de la direction de Ringier Suisse.

Conseil d'administration					Secrétaire général Reto Spiri	
Président Pietro Supino ^{2,3,4,5}						
Membres Tibère Adler ^{1,3,5} Martin Bachem ¹ Pierre Lamunière ^{4,5} Konstantin Richter ^{1,2} Iwan Rickenbacher ^{2,4} Andreas Schultheiss ^{1,1,3}						
					¹ Membres de la Commission de révision ² Membres de la Commission de publication ³ Membres de la Commission de nomination et de rémunération ⁴ Membres de la Commission de développement des activités ⁵ Membres du Conseil d'administration de Tamedia Publications romandes SA	
Direction générale					Ressources humaines Jacqueline Wüthrich	
Président de la direction générale Christoph Tonini ^{2,3,4,5}					Communication d'entreprise Christoph Zimmer	
Service Développement et Projets Roland Wittmann						
Médias régionaux Suisse alémanique Ueli Eckstein	Publications romandes Serge Reymond	Médias Suisse alémanique Serge Reymond	Digital Christoph Brand	20 Minutes Marcel Kohler	Services d'édition Andreas Schaffner	Finances Sandro Macchiacchini
Espace Media: Baniger Post Bernerbär BZ Berner Zeitung Der Bund BZ Langenthaler Tagblatt Thuner Amtsanzeiger	24 heures La Broye Encore Femina GuideTVCinéma hommages.ch Journal de Morges Le Matin Le Matin Dimanche Newsnet Romandie lesquotidiennes.com Le Régional Tribune de Genève Télétop Matin	Annabelle Finanz und Wirtschaft Das Magazin Schweizer Familie SonntagsZeitung Participations: TVtäglich	car4you.ch fashionfrinds.ch homagate.ch piazza.ch search.ch Participations: doodle.ch jobs.ch Holding AG jobsuchmaschine.ch olmero.ch / renovero.ch zattoo.ch autres participations	20 Minuten 20 minutes 20 Minuten Online 20 minutes Online 20 Minuten Friday tilllate.com Participations: 20 minuti 24timer L'essentiel metroXpress tio.ch	Distribution Imprimerie Berne Imprimerie Lausanne Imprimerie Zurich Logistique Prépress Services applications Services marché des lecteurs	Controlling Finance et comptabilité Gestion immobilière Service informatique Service juridique
Media Zurich: Furttaler & Rümmlinger Glatfelter & Volketswiler Newsnet Stellen-Anzeiger & Alpha Tagblatt der Stadt Zürich Tages-Anzeiger & Züritipp Zürcher Unterländer Zürchsee-Zeitung	Participations: Le Temps Lausanne Cîés GHI autres participations					
Participations: BO Berner Oberländer TT Thuner Tagblatt autres participations						

Table des matières

Compte rendu opérationnel et environnement de marché	12
Evaluation du marché	12
Aperçu des secteurs	14
Print Régional	14
Print National	18
Digital	21
Vue d'ensemble des secteurs (sous forme d'illustration)	25
Compte rendu financier	26
Aperçu financier	26
Variations dans le périmètre de consolidation	27
Produit d'exploitation	27
Charge d'exploitation	28
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	29
Bilan	30
Variation des capitaux propres	31
Flux de trésorerie	32
Comparaison pluriannuelle	33
Informations à l'attention des investisseurs	34
Tamedia-Groupe	36
Compte de résultats consolidé	36
Compte de résultat total consolidé	38
Bilan consolidé	39
Flux de trésorerie consolidé	40
Variation du capital propre	41
Participations	42
Actionnaires principaux	44

Evaluation du marché

Pas de croissance du marché publicitaire en 2012; nouveau recul de la presse

L'an dernier, l'économie suisse a été influencée par la crise économique dans le reste de l'Europe et par la vigueur du franc suisse. L'augmentation de 1,0 pour cent du produit intérieur brut lui a toutefois permis de bien se positionner en comparaison internationale. Tandis que la consommation privée, les investissements en biens d'équipement et les importations ont évolué de manière positive, les exportations et la consommation publique ont stagné. Le secteur de la construction a pour sa part enregistré un repli important. Avec 2,9 pour cent en moyenne annuelle, le taux de chômage s'est inscrit à une valeur légèrement supérieure à celle de l'année précédente (2,8 pour cent). Après une phase de détente au premier semestre, le taux de chômage a atteint son niveau le plus bas en juin 2012 (2,7 pour cent) avant de remonter graduellement à son point le plus élevé (3,3 pour cent) en décembre 2012.

Le marché publicitaire suisse a stagné l'an dernier. Media Focus, coentreprise de GfK Suisse et Nielsen, indique un fléchissement de 0,1 pour cent pour l'impression publicitaire brute, qui correspond aux prix publiés et ne tient pas compte des rabais. Le volume des impressions publicitaires a progressé pour les produits dérivés du tabac (+22 pour cent), le secteur des cosmétiques et des soins corporels (+13 pour cent) ainsi que l'informatique (+11 pour cent). A l'inverse, le recul a été particulièrement marqué pour les télécommunications (– 13 pour cent), l'électronique de divertissement et la photographie (– 12 pour cent) ainsi que pour le secteur vestimentaire (– 10 pour cent). Les grands distributeurs Coop et Migros sont restés de loin les premiers donneurs d'ordre publicitaires de Suisse.

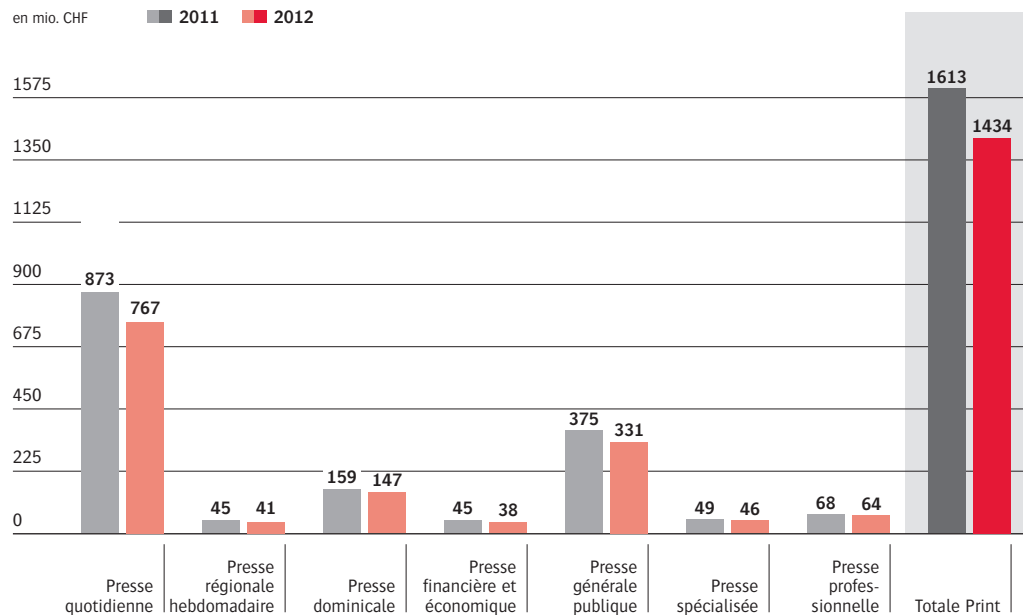
Avec 49 pour cent, les journaux et magazines détiennent toujours la plus grande part du marché publicitaire, même s'ils sont une nouvelle fois en recul par rapport à l'année dernière (52 pour cent). En revanche, la télévision a gagné de nouvelles parts de marché. A l'instar des années précédentes, la publicité télévisuelle occupe la deuxième place avec une part de marché de 32 pour cent (30 pour cent en 2011), suivie par l'affichage extérieur, à 11 pour cent (10 pour cent en 2011). La publicité en ligne classique enregistre une part inchangée de 3 pour cent des impressions publicitaires brutes par rapport à 2011. Le poste de la publicité en ligne n'intègre toujours pas les dépenses liées à l'optimisation de moteurs de recherche et aux rubriques d'annonces, qui affichent une nouvelle hausse.

Elaborées sur la base des recettes publicitaires nettes communiquées par les groupes de presse et reflétant donc de manière plus fiable l'évolution du marché, les statistiques relatives aux annonces établies par l'institut Recherches et études des médias publicitaires (REMP) font état d'une baisse de 11 pour cent. Le chiffre d'affaires publicitaire s'est contracté pour toutes les catégories de médias imprimés. Le recul a été particulièrement important pour la presse financière et économique (– 15 pour cent) ainsi que pour la presse générale publique (– 12 pour cent) et la presse quotidienne (– 12 pour cent). La situation tendue sur le marché du travail s'est répercutée sur le marché des offres d'emploi. Selon les statistiques relatives aux annonces de la REMP, les offres d'emploi parues dans la presse helvétique ont diminué de 26 pour cent. Ce fort repli explique par ailleurs le changement structurel observé dans l'activité liée aux offres d'emploi. Alors que l'Adecco Swiss Market Job Index indiquait une stagnation du marché global des offres

Dépenses publicitaires nettes Print 2012

en mio. CHF

■ 2011 ■ 2012



Source: statistique des annonces REMP SA Recherches et études des médias publicitaires

d'emploi, le nombre d'annonces publiées sur les portails d'emploi ont progressé de 6 pour cent.

Pour l'année en cours, le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) et les principaux instituts de prévisions tablent sur un redressement modéré de l'environnement conjoncturel. Il se pourrait toutefois que le taux de chômage augmente légèrement sur l'année. Sur cette base, Tamedia s'attend à une année mitigée pour le marché publicitaire suisse et ne prévoit aucun retournement de tendance avant la fin de l'année.

Print Régional

Les activités dans le **secteur Print Régional** ont été marquées, lors de l'exercice sous revue, par une baisse des recettes publicitaires dégagées par les médias imprimés. Néanmoins, grâce aux mesures de rationalisation et à la réorientation efficace de plusieurs offres de médias, le résultat n'accuse qu'un léger recul.

Le quotidien romand **24 heures** a célébré, en 2012, son 250e anniversaire. Le spectacle «Le Mur du Son», qui s'est déroulé en septembre à Lausanne, a constitué le point d'orgue de cette année festive. Le chiffre d'affaires et le résultat du quotidien se sont tassés au cours de l'exercice sous revue, mais le lectorat du quotidien vaudois a légèrement progressé.

24heures

L'édition complète de la **BZ Berner Zeitung**, qui englobe la *BZ Berner Zeitung*, le *BZ Langenthaler Tagblatt*, le *TT Thuner Tagblatt*, le *BO Berner Oberländer* et *Der Bund*, a su convaincre par un résultat solide, malgré un chiffre d'affaires en baisse. En juillet 2012, le groupement de journaux *BZ Berner Zeitung* s'est étoffé en intégrant le *Langenthaler Tagblatt*, premier quotidien de la Haute-Argovie. Le tirage et le lectorat de l'édition complète de la *BZ Berner Zeitung* ont connu une légère hausse en glissement annuel.

BZ BERNER ZEITUNG
BZTAGBLATT
BO BERNER OBERLÄNDER
TT THUNER TAGBLATT

Le quotidien bernois **Der Bund** a enregistré un net recul de son chiffre d'affaires lors de l'exercice 2012. Grâce à la compression de ses coûts de production et de distribution et à la hausse du chiffre d'affaires généré par les abonnements, le résultat n'affiche au final qu'un léger fléchissement. A la faveur d'une coopération avec la *SonntagsZeitung*, qui a démarré en septembre dernier, l'offre de ce titre a été sensiblement améliorée.

Der Bund

Au cours de l'exercice sous revue, les suppléments d'offres d'emplois **Alpha** et **Stellen-Anzeiger** ont subi les conséquences de la contraction du marché de l'emploi en Suisse et de la fuite des offres d'emplois vers l'Internet. Les deux titres présentent ainsi un chiffre d'affaires et un résultat en net repli.

ALPHA
DER KADEMARKT DER SCHWEIZ
STELLEN
ANZEIGER

En 2012, le **Tages-Anzeiger** a lancé, avec la rédaction du portail d'information *Newsnet*, un projet de rédaction unique. Cette réorganisation, qui s'achèvera vers le milieu de 2013, vise à proposer aux lecteurs du *Tages-Anzeiger* une offre d'information convaincante sur tous les canaux médiatiques. La nouvelle plateforme conjuguera la maîtrise des dossiers propre au quotidien et le tempo soutenu de la rédaction en ligne. Au cours de l'exercice sous revue, le *Tages-Anzeiger* a lui aussi souffert de l'évolution négative des recettes publicitaires dans les médias imprimés. Le résultat a toutefois progressé grâce aux mesures de rationalisation et à la réorientation de l'information régionale. Enfin, le *Tages-Anzeiger* a une nouvelle fois attiré davantage de lecteurs que l'année précédente. Le magazine des loisirs *Züritipp* a, lui aussi, dépassé les attentes et enregistré un chiffre d'affaires et un résultat en nette hausse.

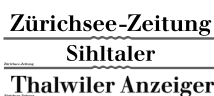
Tages-Anzeiger



Malgré un recul du chiffre d'affaires, la **Tribune de Genève** a connu une évolution positive en 2012, parvenant à boucler l'exercice sur un bénéfice après avoir essuyé une perte l'exercice précédent. Cette évolution positive du résultat s'explique principalement par les économies réalisées en matière de coûts de production. Il n'en demeure pas moins que le niveau global du résultat est clairement insatisfaisant. Le lectorat du quotidien genevois s'est développé de manière stable par rapport à l'exercice précédent.



Les quotidiens **Zürcher Unterländer** et **Neues Bülacher Tagblatt** sont publiés depuis 2012 sous une direction éditoriale commune avec la *Zürichsee-Zeitung*. Alors que le lectorat s'est légèrement tassé, le tirage des deux titres est resté stable. Malgré un fléchissement du chiffre d'affaires, les pertes du *Zürcher Unterländer* et du *Neues Bülacher Tagblatt* ont pu être circonscrites grâce à la réorientation rédactionnelle et à la rationalisation des coûts de production.



La **Zürichsee-Zeitung** qui, outre les trois éditions régionales, englobe également les titres locaux **Sihltaler** et **Thalwiler Anzeiger**, a dégagé un résultat en nette hausse en 2012, même si le chiffre d'affaires s'est replié. Grâce à la suppression des éditions régionales du *Tages-Anzeiger*, qui couvraient auparavant une partie de l'information régionale de la *Zürichsee-Zeitung*, le quotidien zurichois a pu conforter sa position de premier organe de presse régional.



Dans un contexte de marché difficile, le **BernerBär** et la **Bümpliz Woche** sont parvenus de justesse à répondre aux attentes placées en eux. Le **Tagblatt der Stadt Zürich** a amélioré son résultat, l'an dernier, grâce à des chiffres d'affaires publicitaires supérieurs aux prévisions. Le **Furttaler**, le **Glattaler** et le **Rümlanger** ont également accru leur résultat grâce aux économies réalisées dans le secteur informatique et dans les frais généraux. Le tirage des hebdomadaires **La Broye** et **Le Régional** a augmenté au cours de l'exercice, mais le recul du chiffre d'affaires s'est répercuté de manière négative sur le résultat. Pour la première fois, l'hebdomadaire le **Journal de Morges** a publié en 2012 un supplément spécial consacré au salon international du vin Arvinis, nouant de nouveaux partenariats médiatiques. Les attentes en termes de chiffre d'affaires et de résultat ont été dépassées.



Les trois centres d'impression **Centre d'Impression Lausanne**, **Druckzentrum Bern** et **Druckzentrum Zürich** ont harmonisé leur présence sur le marché au cours de l'exercice sous revue. En comprimant leurs coûts d'impression, ils ont largement contribué à soulager les quotidiens et hebdomadaires régionaux et nationaux de Tamedia. Le taux d'utilisation s'est accru grâce à de nouveaux mandats de tiers. En conséquence, les centres d'impression de Tamedia ont dépassé les objectifs fixés en termes de résultat et de chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires (produit d'exploitation) du **secteur d'activité Print Régional** vis-à-vis de tiers a diminué de 8,9 pour cent à 484,3 millions de francs (exercice précédent: 531,8 millions de francs) en 2012. Ce repli s'explique principalement par la baisse des recettes publicitaires commerciales et par le manque à gagner dans l'activité liée aux offres d'emplois. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) n'a cédé que 3,9 pour cent à 94,5 millions de francs (exercice précédent: 98,3 millions de francs) grâce aux mesures de rationalisation appliquées. Avec 17,3 pour cent, la marge EBITDA est, au final, nettement supérieure à celle de l'exercice précédent (15,9 pour cent).

Nombre de lecteurs

Titre	MACH 2012-2 ¹	MACH 2011-2 ¹	Variation
20 Minuten	1 397 000	1 379 000	1,3%
20 Minuten Friday	444 000	433 000	2,5%
20 minutes	507 000	461 000	10,0%
20 minuti	70 000	–	
24 heures, édition complète	233 000	223 000	4,5%
Annabelle	315 000	323 000	–2,5%
Bernerbär	98 000	–	
Bilan	101 000	95 000	6,3%
BZ Berner Zeitung, édition complète, Der Bund inclus	364 000	353 000	3,1%
Das Magazin	769 000	776 000	–0,9%
Femina	371 000	403 000	–7,9%
Finanz und Wirtschaft	100 000	108 000	–7,4%
GuideTVCinéma ²	211 000	256 000	–17,6%
Le Matin	245 000	266 000	–7,9%
Le Matin Dimanche	502 000	526 000	–4,6%
Le Régional	77 000	76 000	1,3%
Le Temps	115 000	119 000	–3,4%
Schweizer Familie	732 000	749 000	–2,3%
SonntagsZeitung	738 000	758 000	–2,6%
Tagblatt der Stadt Zürich	133 000	126 000	5,6%
Tages-Anzeiger	514 000	508 000	1,2%
Télétop Matin	391 000	442 000	–11,5%
Tribune de Genève	136 000	138 000	–1,4%
TVtäglich	620 000	954 000	–35,0%
Zürcher Oberländer	70 000	66 000	6,1%
Zürcher Unterländer	46 000	48 000	–4,2%
Zürichsee-Zeitung	72 000	75 000	–4,0%

Source: REMP, MACH Basic 2012-2/2011-2

¹ Concerne le nombre de lecteurs: enquête menée de juin à fin juillet

² Anciennement TV Guide, puis Guide Loisirs à partir de 2009, GuideTVCinéma aujourd'hui

Tirages

Publication	Tirage 2012 ¹	Tirage 2011 ¹	Variation
20 Minuten	495 211	496 205	-0,2%
20 Minuten Friday	185 081	174 431	6,1%
20 minutes	202 892	203 407	-0,3%
20 minuti	34 045	36 000 ²	-5,4%
24 heures	71 957	75 796	-5,1%
Annabelle	70 113	70 123	-0,0%
Bantiger Post	22 182	22 216	-0,2%
Berner Oberländer	19 824	20 855	-4,9%
Bernerbär	100 485	105 752	-5,0%
Bilan	13 767	13 111	5,0%
Bümpliz Woche	22 200	22 046	0,7%
BZ Berner Zeitung, édition complète ³	173 684	174 162	-0,3%
BZ Langenthaler Tagblatt	15 022	8 152	84,3%
Das Magazin	411 277	433 172	-5,1%
Der Bund	49 725	50 231	-1,0%
Femina	160 098	175 077	-8,6%
Finanz und Wirtschaft	28 566	29 517	-3,2%
Furttaler	15 116	14 795	2,2%
GuideTVCinéma	148 340	156 482	-5,2%
Journal de Morges	6 061	6 043	0,3%
La Broye	9 144	9 388	-2,6%
L'essentiel ⁴	95 676	94 707	1,0%
Le Matin	55 299	57 107	-3,2%
Le Matin Dimanche	160 999	175 951	-8,5%
Le Régional	119 115	116 422	2,3%
Le Temps	41 531	42 433	-2,1%
Rümlanger	3 731	3 655	2,1%
Schweizer Bauer	31 290	30 841	1,5%
Schweizer Familie	186 594	186 588	0,0%
Sihltaler	1 733	1 839	-5,8%
SonntagsZeitung	175 882	182 129	-3,4%
Tagblatt der Stadt Zürich	131 578	136 625	-3,7%
Tages-Anzeiger	188 602	195 618	-3,6%
Télétop Matin	159 259	175 644	-9,3%
Thalwiler Anzeiger	3 910	4 324	-9,6%
Thuner Tagblatt	21 402	22 456	-4,7%
Tribune de Genève	48 688	51 487	-5,4%
Zürcher Oberländer	32 196	33 663	-4,4%
Zürcher Unterländer	19 878	20 297	-2,1%
Zürichsee-Zeitung	36 226	38 853	-6,8%

Source: REMP, bulletin des tirages

¹ La période d'enquête commence le 1^{er} juillet et s'achève le 30 juin.

² Impression selon données d'édition

³ Berner Zeitung, édition complète, y compris la publication Der Bund qui est aussi présentée à part ici.

⁴ Exemplaires distribués selon CIM, Centre d'Information sur les Médias

Pour les publications gratuites, c'est le tirage gratuit qui est indiqué.

Pour les publications payantes, c'est le nombre d'exemplaires vendus qui est indiqué.

Print National

Le secteur d'activité **Print National** a lui aussi été affecté par le recul global des recettes publicitaires générées par les médias imprimés, qui a laissé des traces profondes, notamment pour les titres liés à la finance. De nouveaux secteurs publicitaires ont pu être prospectés au travers de deux suppléments nationaux. Le résultat du secteur d'activité Print National demeure élevé, en dépit d'un léger repli.

Les rédactions du pendulaire **20 Minuten** et de la plateforme d'information *20 Minuten Online* en Suisse alémanique ont été réunies sous une même direction en septembre de l'année passée. Une organisation de vente commune au quotidien et à la plateforme avait été créée au préalable, en début d'année. Le lectorat et le tirage du pendulaire, qui se décline en cinq éditions régionales en Suisse alémanique, ont évolué de manière stable. La baisse des recettes publicitaires par rapport à la même période de 2011 s'est soldée par un tassement du chiffre d'affaires et du résultat.



Le pendulaire **20 minutes** en Suisse romande a enregistré une nette hausse du nombre de lecteurs, alors même que le tirage demeurerait stable. Le chiffre d'affaires publicitaire de *20 minutes* s'est replié au cours de l'exercice, mais le résultat s'est maintenu à un niveau élevé, notamment grâce à l'optimisation des coûts de production et de distribution.



Le pendulaire tessinois **20 minuti** a affiché des chiffres noirs dès sa première année d'existence. En août 2012, le groupe de médias *20 Minuten* s'est associé à la première plateforme d'information tessinoise *tio.ch*, avec laquelle le pendulaire *20 minuti* collaborait déjà étroitement depuis son lancement.



Le magazine people gratuit **20 Minuten Friday** a connu un repositionnement sur le marché des lecteurs en 2012. Il s'est doté d'une maquette plus sage et a quelque peu retouché son concept rédactionnel. Tant le lectorat que la diffusion du magazine ont ainsi légèrement progressé. Le résultat s'est nettement amélioré par rapport à l'exercice précédent sous l'effet des mesures d'économies mises en œuvre, même si l'évolution du chiffre d'affaires est finalement restée légèrement en deçà des attentes.



Le pendulaire **L'essentiel**, qui est publié en collaboration avec la maison d'édition luxembourgeoise Editpress, est parvenu à renouveler, en 2012, le résultat convaincant de l'exercice précédent. Le lectorat de *L'essentiel* a connu, une nouvelle fois, une forte croissance puisqu'il a atteint le chiffre de 193 000 lecteurs quotidiens. Vers la fin de l'exercice sous revue, le deuxième pendulaire du Grand-Duché, principal concurrent de *L'essentiel*, a cessé de paraître.



Le magazine féminin **Annabelle** a vu son chiffre d'affaires publicitaire et son résultat reculer au cours de l'exercice. Il a toutefois défendu sa position de leader sur le marché, même si le nombre de lecteurs a légèrement diminué par rapport à l'exercice précédent. En octobre 2012, le site web *annabelle.ch* s'est orienté encore plus clairement sur les besoins des lectrices et son design a été rafraîchi.



Bilan

Le magazine économique francophone **Bilan** a rejoint le groupe Tamedia au début de 2012, de sorte que ses résultats ont été pris en considération pour la première fois. En raison des problèmes rencontrés par les marchés financiers, le magazine n'a pas atteint ses objectifs de chiffre d'affaires et de résultat dans un environnement de marché en fort repli. Le lectorat a néanmoins évolué de manière légèrement positive. Au début de l'année en cours, *Bilan* s'est doté d'une nouvelle maquette et d'un concept rédactionnel remanié.

FINANZ und WIRTSCHAFT

Le **Finanz und Wirtschaft** lui-même n'a pas été épargné par l'importante baisse des dépenses publicitaires de l'industrie financière. Son chiffre d'affaires et son résultat se sont inscrits en net recul au cours de l'exercice sous revue. Afin de redonner une assise économique solide au titre suisse préféré des investisseurs, des mesures visant l'optimisation des coûts de rédaction et de production ont été adoptées au second semestre de l'exercice. Lancée à l'été 2012, l'offre numérique du *Finanz und Wirtschaft* a connu une évolution positive.

GuideTV CINÉMA

Le supplément du samedi **GuideTVCinéma** a été publié, l'an dernier, sous un nouveau nom. Ce magazine, qui est joint aux quotidiens *24 heures*, *Tribune de Genève* et, depuis décembre 2012, *La Liberté*, propose depuis lors des articles d'information complets en particulier sur les nouveautés dans les domaines du cinéma et du divertissement. En dépit de la baisse constante des recettes publicitaires, le *GuideTVCinéma* est parvenu à réduire ses pertes au cours de l'exercice sous revue.

DAS MAGAZIN

Le supplément du week-end **Das Magazin** a défendu avec succès sa solide position sur le marché publicitaire et a consolidé son résultat dans l'ensemble. En raison de la diminution du tirage des titres auxquels il est joint, son propre tirage a fléchi d'environ 20 000 exemplaires. Il est néanmoins réjouissant de constater que, malgré ce repli, le lectorat de *Das Magazin* s'est pratiquement maintenu à un niveau élevé.

Le Matin

Le quotidien romand **Le Matin** n'est pas parvenu à atteindre les objectifs fixés au cours de l'exercice sous revue. Si les coûts ont bel et bien pu être réduits grâce à des mesures de rationalisation ciblées, les recettes publicitaires en baisse n'ont pas permis de contenir les pertes accumulées depuis plusieurs années. Le lectorat a légèrement diminué, mais *Le Matin* reste de loin le quotidien payant le plus lu en Suisse romande.

Le Matin Dimanche Télétop FEMINA encore!

Le journal romand **Le Matin Dimanche** et ses suppléments **Télétop Matin**, **Femina** et **Encore** ont atteint, en 2012, les objectifs élevés qui avaient été fixés en termes de résultat. Dédié à l'art de vivre lors de son lancement en 2011, le supplément *Encore* s'est mué en un supplément national consacré à la mode au cours de l'exercice sous revue. Il est désormais aussi publié en langue allemande sous la forme d'un supplément au *SonntagsZeitung*.

Schweizer Familie

Le magazine **Schweizer Familie** a enregistré, au cours de l'exercice écoulé, des recettes de distribution stables et un chiffre d'affaires publicitaire en léger recul. Grâce aux mesures de rationalisation, le résultat de 2011 a été une nouvelle fois dépassé. La nouvelle augmentation du nombre de lecteurs par rapport à l'exercice précédent est également réjouissante.

La mise sur pied d'une cellule nationale de recherche par la **SonntagsZeitung**, en collaboration avec *Le Matin Dimanche*, a déjà eu des répercussions positives sur les enquêtes menées par le journal alémanique au cours de l'exercice sous revue. Depuis septembre 2012, la *SonntagsZeitung* est publiée en collaboration avec le quotidien *Der Bund* dans la région bernoise avec un tirage revu à la hausse. En 2013, cette offre sera également étendue aux abonnés de la *Basler Zeitung*. En dépit d'un marché publicitaire déprimé, à la *SonntagsZeitung* est parvenue à maintenir son chiffre d'affaires publicitaire et à égaler son résultat réjouissant de l'exercice précédent.

SonntagsZeitung

Le magazine du luxe et de l'horlogerie **Tribune des Arts** figure pour la première fois dans les comptes de Tamedia. Consacré à l'horlogerie, à la bijouterie, à la joaillerie et aux arts, ce supplément régulier de la *Tribune de Genève* a atteint ses objectifs de chiffre d'affaires et de résultat au cours de l'exercice sous revue.

**TRIBUNE
DES ARTS**

Le tirage et le lectorat du magazine **TVtäglich**, édité conjointement par Tamedia et Ringier, ont diminué au cours de l'exercice sous revue en raison de la baisse du tirage des titres auxquels il est joint. Le magazine des programmes de télévision a néanmoins pu maintenir pour l'essentiel son chiffre d'affaires publicitaire et son résultat.

TVtäglich

Le chiffre d'affaires (produit d'exploitation) du **secteur d'activité Print National** vis-à-vis de tiers s'est replié de 6,0 pour cent à 420,3 millions de francs (exercice précédent: 447,4 millions de francs) en 2012. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a cédé 15,2 pour cent à 97,1 millions de francs (exercice précédent: 114,5 millions de francs). Avec 23,1 pour cent, la marge EBITDA reste élevée, même si elle est légèrement inférieure à celle de l'exercice précédent (25,5 pour cent).

Digital

En 2012, les activités du **secteur Digital** ont été marquées par une évolution décevante du marché publicitaire display et un transfert croissant de l'utilisation vers les appareils mobiles. La commercialisation de l'utilisation mobile est restée largement inférieure à celle concernant les appareils fixes.



Le nombre d'utilisateurs de la plateforme d'information **20 Minuten Online** a de nouveau fortement progressé, aussi bien en Suisse romande qu'en Suisse alémanique. Bien que le chiffre d'affaires publicitaire se soit de nouveau inscrit en hausse pour l'exercice sous revue, il est resté bien en deçà des attentes. Cette évolution modeste s'explique principalement par une commercialisation insatisfaisante de l'utilisation sur smartphones et tablettes. La hausse des dépenses liée au renforcement de la rédaction en ligne et à la technique ont pesé sur le résultat, en forte baisse par rapport à la même période de l'exercice précédent.



Le portail de véhicules **car4you.ch** a considérablement étoffé ses fonctionnalités en 2012. La publication d'annonces par les particuliers est devenue gratuite et a été fortement simplifiée. Grâce à ces nouveautés, le nombre de véhicules proposés sur le portail a pour la première fois franchi la barre des 80 000 à l'automne de l'exercice sous revue. *car4you.ch* n'est toutefois pas parvenu à atteindre ses objectifs de chiffre d'affaires et, en raison des investissements élevés qui ont été consentis, a une nouvelle fois affiché une perte en 2012.



Du fait de la hausse sensible du nombre de biens proposés, la plateforme immobilière **homegate.ch** est parvenue, en 2012, à préserver sa position de leader sur le marché des annonces immobilières. L'acquisition de 20 pour cent d'*immostreet.ch* a permis à *homegate.ch* de consolider son leadership sur le marché et d'occuper une position de premier plan sur la plupart des marchés suisses régionaux. Cette évolution réjouissante s'est également traduite par une hausse du chiffre d'affaires et du résultat.



Le club de shopping en ligne **FashionFriends** a été pris en compte pour la première fois pendant l'exercice sous revue. Cette plateforme propose des offres à des prix fortement réduits de marques de mode et d'accessoires de grande qualité. Le 1^{er} octobre 2012, Tamedia a relevé sa participation à 65 pour cent, devenant ainsi actionnaire majoritaire de l'entreprise. *FashionFriends* est parvenue à augmenter sensiblement son chiffre d'affaires et son nombre d'utilisateurs en 2012. Sur un marché âprement disputé, elle n'a toutefois pas atteint les objectifs ambitieux qui avaient été fixés.

Au cours de l'exercice sous revue, le groupe de médias Tamedia et le groupe de presse Ringier ont annoncé la reprise de jobs.ch Holding AG, exploitant de **jobs.ch**, la plateforme d'offres d'emploi à plus fort rayonnement en Suisse. Suite à la reprise de jobs.ch Holding AG au 30 novembre 2012, Jobup AG détenue jusqu'à présent par Tamedia a fusionné le 1^{er} janvier 2013, avec effet rétroactif, avec jobs.ch Holding AG. Font désormais partie de jobs.ch les plateformes d'offres d'emploi *alpha.ch*, *ictcareer.ch*, *ingjobs.ch*, *jobup.ch*, *jobs4finance.ch*, *jobs4sales.ch*, *jobsuchmaschine.ch*, *jobwinner.ch*, *medtalents.ch*, *stellen.ch* et *topjobs.ch*. L'entreprise détient également une participation de 49 pour cent dans *karriere.at*, prestataire leader en Autriche.



Depuis le début de l'exercice sous revue, **Newsnet** englobe — outre les plateformes d'information *baslerzeitung.ch*, *bernerzeitung.ch*, *derbund.ch* et *tagesanzeiger.ch* — les portails *24heures.ch*, *lematin.ch* et *tdg.ch* en Suisse romande. Ainsi, les annonceurs peuvent désormais faire d'une pierre deux coups et s'adresser aux deux régions linguistiques. Un politblog proposé en deux langues est également venu compléter l'offre de contenu. Il permet aux professionnels des médias, aux responsables politiques et aux experts de dialoguer avec les lecteurs germanophones et francophones du pays. L'utilisation et le chiffre d'affaires ont évolué de manière positive en 2012. Les attentes vis-à-vis de la commercialisation n'ont cependant pas pu être satisfaites. Les investissements élevés dans la rédaction et la promotion des ventes ont entraîné une perte.



Le portail d'information **lessentiel.lu** a augmenté son chiffre d'affaires publicitaire en 2012 et a pour la première fois enregistré un résultat positif sur l'ensemble de l'exercice. Le nombre d'utilisateurs de *lessentiel.lu* a progressé de plus d'un tiers en 2012.



Le portail de petites annonces **piazza.ch** a été remanié en profondeur en fin d'année et dissocié du groupe de médias *20 Minuten*. Depuis, *piazza.ch* se présente à nouveau comme une marque autonome sur le marché des petites annonces. Les investissements élevés consentis sur le marché âprement disputé des petites annonces ont entraîné une perte en 2012.



Pendant l'exercice sous revue, le portail d'annuaires numéro un en Suisse **search.ch**, exploité en commun avec La Poste Suisse, a atteint un niveau record dans l'histoire de l'utilisation d'Internet en Suisse. En l'espace d'un mois seulement, plus de 2,1 millions de personnes en Suisse ont consulté un site Web individuel. L'équipe de vente a été renforcée en 2012, ce qui s'est de nouveau traduit par une hausse importante du chiffre d'affaires, mais a pesé sur le résultat.



L'évolution du chiffre d'affaires et du résultat de la plateforme de rencontres **swissfriends.ch** est restée stable. Pour des raisons stratégiques, Tamedia s'est séparée de la plateforme de rencontres à la fin de l'exercice et en a confié l'exploitation au directeur.





La plateforme dédiée à la vie nocturne **tillate.com**, qui fait partie du groupe de médias *20 Minuten*, a fortement étoffé ses informations rédactionnelles et lancé une nouvelle appli pour iPhone. L'utilisation mobile de la plateforme s'est par conséquent nettement accrue. Les chiffres relatifs à l'utilisation ont, par rapport à la même période de l'exercice précédent, augmenté de près de 60 pour cent, confortant ainsi le leadership de la plateforme sur le marché. L'évolution du chiffre d'affaires est restée légèrement inférieure aux attentes.

En 2012, le chiffre d'affaires (résultat d'exploitation) du **secteur Digital** vis-à-vis de tiers a augmenté de 7,1 pour cent, à 147,8 millions de francs (exercice précédent: 138,0 millions de francs). La prise en compte, pour la première fois, de *jobs.ch* et l'évolution du portail d'annuaires *search.ch* ont contribué à cette croissance du chiffre d'affaires. Les investissements élevés réalisés au titre de l'extension des places de marché numériques et des plateformes d'information ainsi que l'évolution insatisfaisante du marché publicitaire en ligne ont pesé sur le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA), qui a reculé de 52,8 pour cent, à 11,7 millions de francs (exercice précédent: 24,8 millions de francs). Avec 7,9 pour cent, la marge EBITDA est restée largement en deçà du niveau de l'exercice précédent (17,2 pour cent).

Nombre d'utilisateurs

Sites web	NET-Matrix-Profile ¹ 2012-2	NET-Matrix-Profile ¹ 2011-2	Variation
20 Minuten Online	1 896 000	1 463 000	29,6%
20minuten.ch	1 532 000	1 165 000	31,5%
20minutes.ch	487 000	282 000	72,7%
tio.ch	153 000	111 000	37,8%
Bilan	28 000	18 000	55,6%
fuw.ch	33 000	22 000	50,0%
homegate.ch	868 000	701 000	23,8%
lessentiel.lu ²	469 526	354 654	32,4%
Newsnet Berne	377 000	304 000	24,0%
bernerzeitung.ch	276 000	245 000	12,7%
derbund.ch	170 000	109 000	56,0%
Newsnet SR	555 000	³	
24heures.ch	264 000	233 000	13,3%
LeMatin.ch	343 000	318 000	7,9%
tdg.ch	255 000	209 000	22,0%
PoolFéminin	208 000	³	
annabelle.ch	82 000	81 000	1,2%
femina.ch	72 000	65 000	10,8%
schweizerfamilie.ch	71 000	49 000	44,9%
search.ch	2 063 000	1 704 000	21,1%
sonntagszeitung.ch	76 000	57 000	33,3%
tagesanzeiger.ch	893 000	737 000	21,2%
tilllate.ch	332 000	209 000	58,9%

Source: NET-Matrix SA, NET-Matrix-Profile Unique User (personnes), par mois

1 La période d'enquête commence le 1^{er} avril et s'achève le 30 juin

2 Enquête de CIM metriweb, ou CIM Spring à partir de novembre 2012

3 Première enquête

Illustration 1

Revenu d'entreprise (chiffre d'affaires) tiers par segments

en mio. CHF

■ 2011 ■ 2012

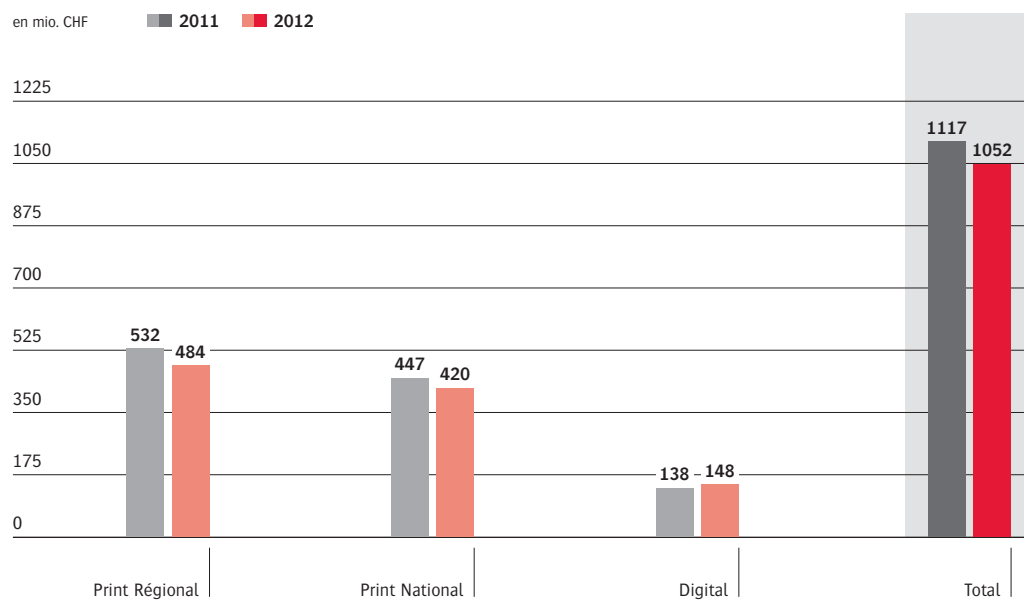
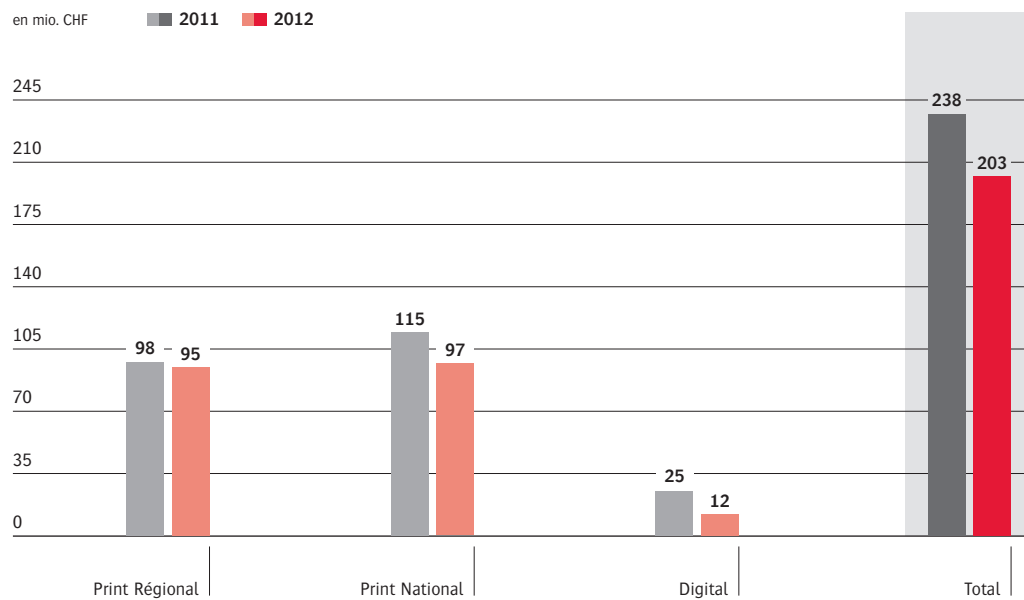


Illustration 2

EBITDA par segment

en mio. CHF

■ 2011 ■ 2012



Aperçu financier

Information financière

Les normes révisées (IFRS) IAS 12, «Impôts sur le résultat» (complétée) et IFRS 7, «Instruments financiers: informations à fournir» (complétée) ont été appliquées pour la première fois en 2012. Il n'en a résulté aucun changement important ni dans les principes de consolidation et d'évaluation, ni dans la situation patrimoniale ou bénéficiaire.

Les normes et interprétations nouvelles et révisées devant être introduites pour la première fois lors des comptes annuels consolidés de 2013 ne seront pas appliquées de manière anticipée. Conformément à une évaluation de ces normes, il devrait être tenu compte des influences ci-après:

— IAS 19, «Avantages du personnel» (complétée)

Grâce aux modifications apportées à la norme IAS 19 «Avantages du personnel», le calcul des produits attendus sur les actifs du régime n'est plus soumis à une estimation du rendement de la fortune. Il dépend désormais du taux d'actualisation relatif au calcul de la valeur actuelle des obligations au titre des prestations définies. Il n'en résulte plus qu'une rémunération des engagements nets ou des actifs nets au taux d'actualisation. Se basant sur une évaluation au 31 décembre 2012, Tamedia estime que les charges de personnel seront supérieures de 1,3 millions de francs et que le produit financier net sera inférieur de quelque 14,2 millions de francs par rapport aux chiffres publiés le 31 décembre 2012, et ce en raison de cette méthode qui sera appliquée avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2012. Par ailleurs, sous l'effet du coût des services passés, les capitaux propres (au 31 décembre 2012 sans tenir compte des impôts), se verront crédités de 12,8 millions de francs.

— IFRS 11, «Accords conjoints»

Cette nouvelle norme n'autorise plus la consolidation proportionnelle telle que pratiquée jusqu'à aujourd'hui. Les sociétés faisant jusqu'à présent l'objet d'une consolidation proportionnelle seront dorénavant comptabilisées avec la part correspondante des valeurs des capitaux propres, sous la dénomination «Participations dans des sociétés associées / coentreprises». La part au résultat sera enregistrée comme valeur nette, au titre de «Part du résultat dans des sociétés associées / coentreprises». Tamedia estime que cette nouvelle norme entraînera certaines variations: le chiffre d'affaires devrait être inférieur de 34,3 millions de francs, l'EBITDA de 2,6 millions de francs et l'EBIT de 1,8 million de francs par rapport à ceux publiés au 31 décembre 2012. En revanche, elle n'aura aucune incidence sur le résultat.

Modification de la présentation / adaptation des chiffres de l'exercice précédent

Acquérir des participations minoritaires dans des entreprises prometteuses, les aider à se développer et les encourager sur cette voie de concert avec d'autres actionnaires font partie des pratiques commerciales de Tamedia.

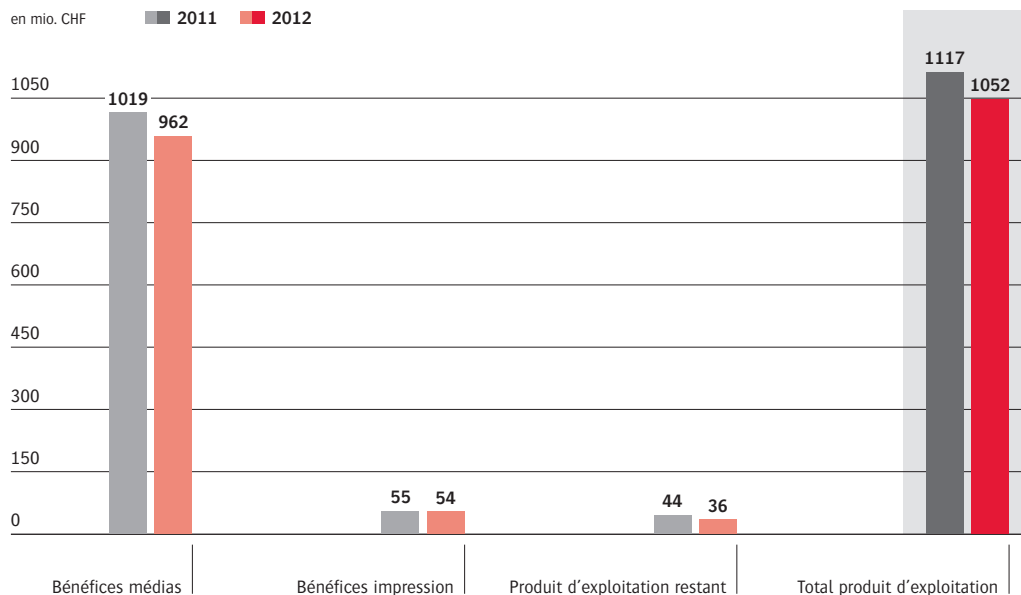
Si un regroupement d'entreprises s'effectue en plusieurs étapes (acquisition par étapes), les parts déjà détenues dans le cadre d'une participation au moment de la prise de contrôle sont réévaluées à leur valeur vénale et le bénéfice ou la perte sont comptabilisés en résultat. Il est possible qu'une participation n'évolue pas comme prévu et qu'une dépréciation soit nécessaire. Consigner les réévaluations selon les normes IFRS dans le résultat d'exploitation — tant dans le cas d'une réussite que d'un échec, conduit à une présentation transparente des comptes.

Illustration 3

Produit d'exploitation

en mio. CHF

■ 2011 ■ 2012



Aussi Tamedia a-t-elle décidé que, dans le cadre d'une acquisition par étapes, elle ferait dorénavant figurer la présentation des résultats de réévaluations dans les autres produits d'exploitation. Suite à cette modification de la présentation, le bénéfice issu de résultats de réévaluations comptabilisé en 2011 a été reclassé.

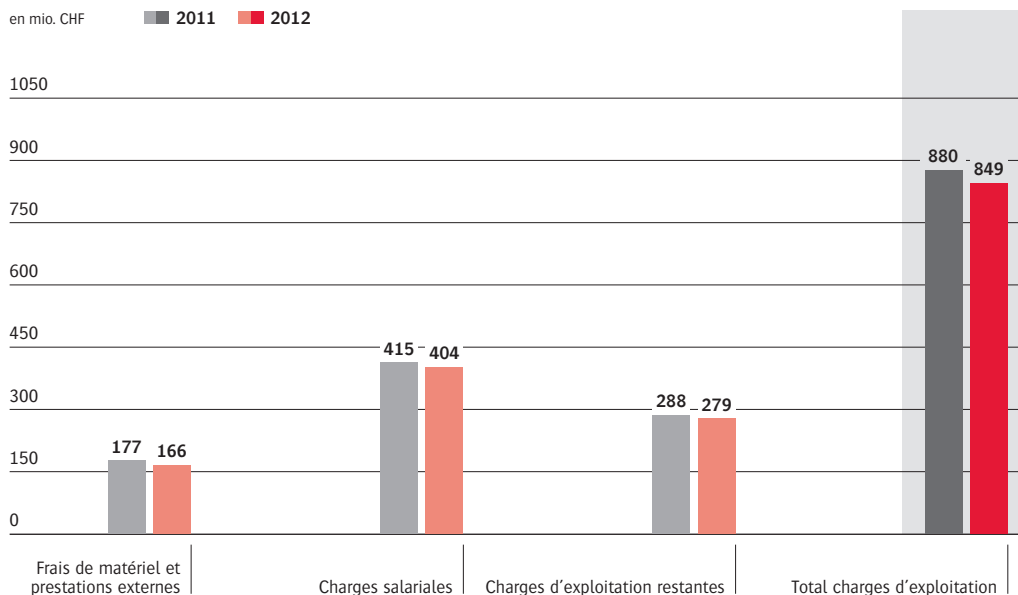
Variations dans le périmètre de consolidation**Acquisitions**

Tamedia SA et le groupe de presse Ringier ont repris entièrement jobs.ch Holding AG au 30 novembre 2012. Chacune des deux entreprises détiendra 50 pour cent dans jobs.ch holding AG. Tamedia intégrera dans le partenariat sa filiale Jobup AG, la plateforme des offres d'emploi en ligne, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2013. Tamedia et Ringier ont convenu une option de contrôle qui permet à Tamedia une consolidation selon les IFRS.

Le 1^{er} octobre 2012, Tamedia SA a acquis 20 pour cent supplémentaires dans FashionFriends AG, augmentant ainsi sa part d'actions de 45 à 65 pour cent. Tamedia prend ainsi le contrôle de FashionFriends AG et consolide cette dernière depuis cette même date. D'autres acquisitions de plus petite envergure ont également été effectuées pendant l'exercice sous revue; elles concernent la revue économique *Bilan*, le magazine *Tribune des Arts* et le quotidien *Langenthaler Tagblatt*.

Des informations détaillées relatives à ces transactions figurent à la remarque 1 de l'annexe aux comptes annuels consolidés.

Charge d'exploitation



Vente de sociétés consolidées

Les activités TV *TeleBärn* et *TeleZüri* ont été cédées le 4 janvier 2012 à AZ Medien AG. Ce même jour, Tamedia a vendu à AZ Medien AG sa participation de 100 pour cent dans Belcom AG, l'organisation de commercialisation dans laquelle sont regroupées les équipes de vente de *Radio 24* et de *TeleZüri*. La station de radio *Capital FM* a été vendue le 27 avril 2012 à Zürichsee Media AG et *Radio 24 AG* a été cédée à BT Holding AG le 12 juillet 2012.

Le 30 septembre 2012, Tamedia a cédé sa participation dans *Terre & Nature SA*, soit 98 pour cent, à Multimedia Gassmann AG. La vente de la participation de 49 pour cent dans *Schweizer Bauer* à la société d'économie et d'utilité publique du canton de Berne (OGG) a été réalisée le 12 décembre 2012.

Chiffre d'affaires (produit d'exploitation)

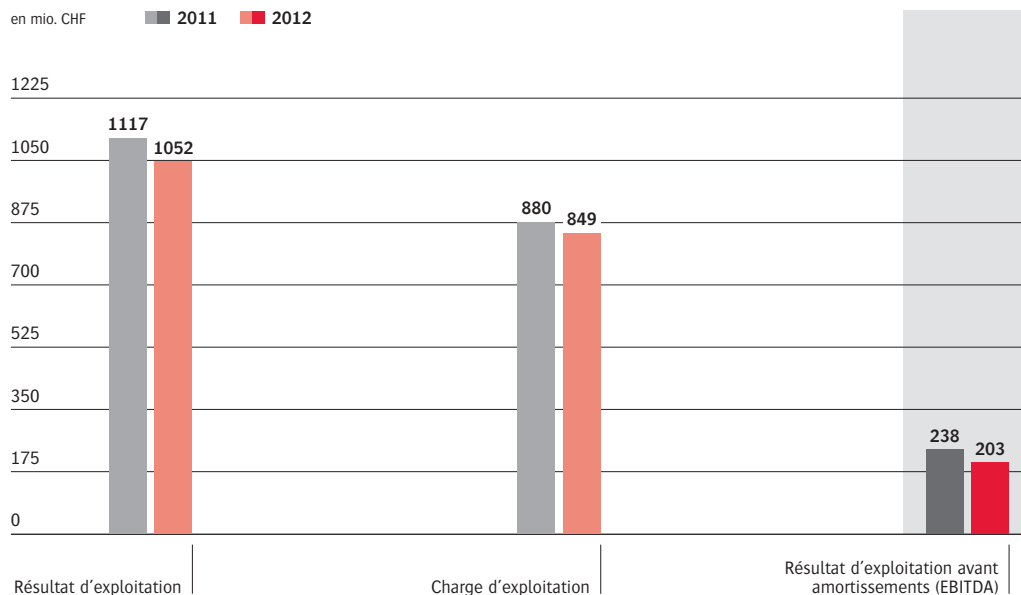
Le chiffre d'affaires (produit d'exploitation) de Tamedia a reculé de 5,8 pour cent ou 64,8 millions de francs à 1052,4 millions de francs. Cette baisse résulte de variations dans le périmètre de consolidation à hauteur de 8,8 millions de francs. Le chiffre d'affaires réalisé avec les activités existantes a plongé de 73,6 millions de francs. Des informations détaillées sur l'évolution du chiffre d'affaires figurent dans le rapport consacré aux différents secteurs.

En avril 2011, Tamedia avait décidé de se séparer de ses stations de radio et de télévision ainsi que de ses médias spécialisés *Mobil* et *Agrar*. Jusqu'au moment de leur cession, ces activités ont été présentées au titre des activités non poursuivies. En 2012, les secteurs à activité non poursuivie ont dégagé un chiffre d'affaires de 13,2 millions de francs (exercice précédent: 61,8 millions de francs). Au 31 décembre 2012, aucune autre activité non poursuivie n'était recensée.

Illustration 5

Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)

en mio. CHF ■ 2011 ■ 2012

**Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)**

Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a reculé de 34,3 millions de francs ou 14,4 pour cent à 203,4 millions de francs. La marge EBITDA, qui s'inscrivait à 21,3 pour cent l'exercice précédent, a atteint 19,3 pour cent. Les secteurs à activité non poursuivie publiés à part enregistrent un bénéfice de 0,8 millions de francs au niveau de l'EBITDA (exercice précédent: 10,2 millions de francs).

Le résultat d'exploitation (EBIT) a fléchi de 20,9 pour cent ou 37,8 millions de francs pour s'établir à 143,0 millions de francs. La marge EBIT, qui s'inscrivait à 16,2 pour cent l'exercice précédent, a atteint 13,6 pour cent.

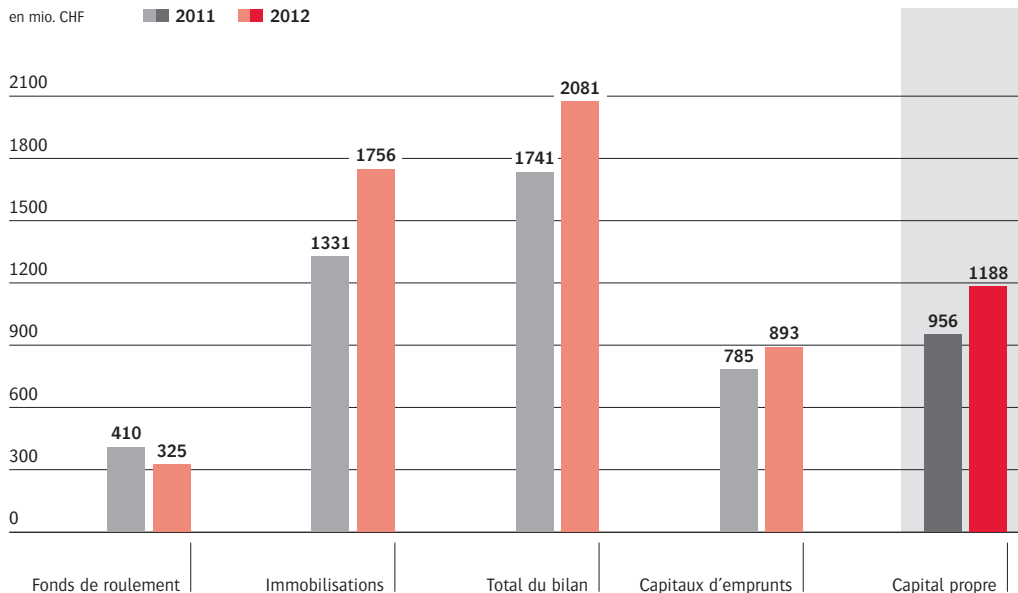
Résultat

Avec 152,0 millions de francs, le résultat de l'exercice 2012 est inférieur de 15,0 pour cent ou 26,8 millions de francs aux chiffres de l'exercice précédent (178,8 millions de francs). Tandis que les sociétés associées enregistraient encore un bénéfice de 6,9 millions de francs l'exercice précédent, elles ont contribué à hauteur de 4,0 millions de francs au résultat en 2012. Cette baisse s'explique par le fait que, comparé à la part au résultat de l'exercice précédent, la part de la participation dans Epsilon SA cédée en 2011 a été supprimée. La dégradation de la situation économique a également contribué à cette évolution.

Le résultat financier a augmenté de 2,3 millions de francs à 30,2 millions de francs. Le résultat financier selon la norme IAS 19 s'est en revanche contracté de 5,1 millions de francs à 12,8 millions de francs. L'ajustement de la dernière tranche de l'engagement d'achat pour Edipresse Suisse, d'un montant de 18,1 millions de francs (exercice précédent: 10,6 millions de francs), a entraîné une augmentation des autres produits financiers. Le bénéfice résultant de la vente de participations est lié à la cession de plusieurs petites participations. Les gains de change ont enregistré un léger repli. Quant aux charges d'intérêts, elles ont baissé au premier semestre sous l'effet du remboursement des engagements d'achat suite à l'acquisition d'Edipresse Suisse.

Bilan

Illustration 6



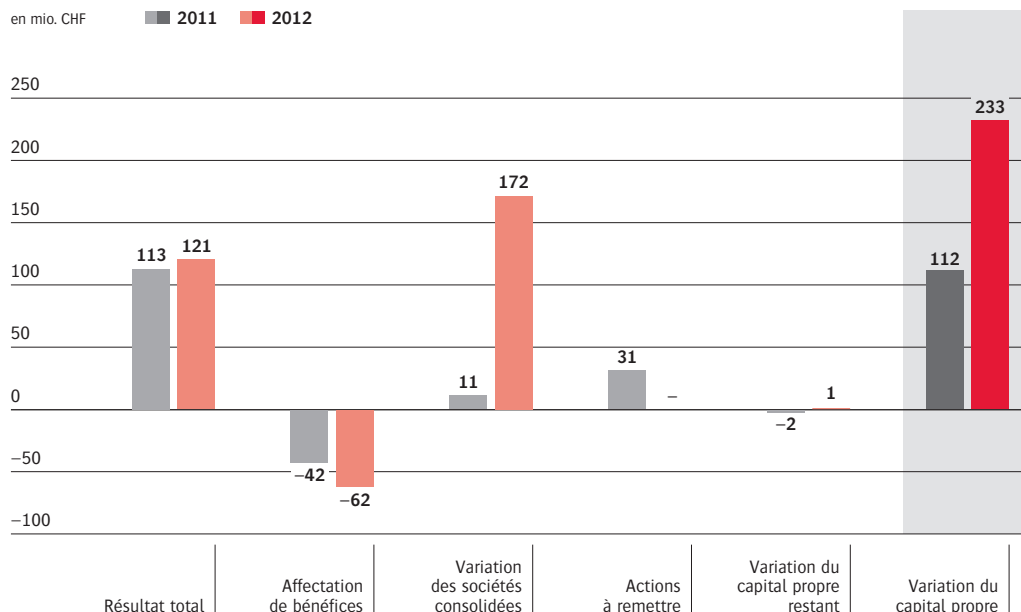
Le taux d'impôt effectif a augmenté de 17,9 pour cent à 22,3 pour cent. Les impôts sur les bénéfices encourus de périodes précédentes ont augmenté en 2012, en raison notamment d'une imputation sur le plan fiscal d'anciennes participations amorties. Les créances fiscales différées résultant des reports de pertes non comptabilisées au bilan sont la conséquence de l'estimation suivante, à savoir que la situation bénéficiaire des sociétés concernées pour la réalisation n'est actuellement pas indiquée pour les pertes atteintes. En 2012, l'impact des déductions de participation et des autres revenus non imposables a nettement diminué par rapport à 2011. En effet, l'année précédente, les amortissements élevés sur les valeurs comptables des participations (sans incidences fiscales différées), plus particulièrement, ont contribué à réduire sensiblement la charge d'impôt. Cet effet unique a été en partie compensé en 2012, étant donné que pendant l'année en cours, ces participations notamment ont été vendues, ce qui du point de vue de la consolidation, a donné lieu à des charges non déductibles fiscalement.

Etat de la situation financière et capitaux propres

La somme portée au bilan a passé de 1741,0 millions de francs à 2080,9 millions de francs, soit une hausse de 339,9 millions de francs. Les capitaux propres, en hausse de 232,6 millions de francs, s'inscrivent à 1188,3 millions de francs. Cette progression est due au résultat réalisé et à l'augmentation des actionnaires minoritaires dans les capitaux propres de 15,9 millions de francs à 184,3 millions de francs. Leur montant a bondi de 170,4 millions de francs du seul fait de la reprise de jobs.ch holding AG, dans laquelle Tamedia et le groupe de presse Ringier détiennent chacun 50 pour cent. Malgré la bonne performance des actifs de prévoyance en 2012, les variations actuarielles selon la norme IAS 19 ont fait apparaître une perte nette (après impôts différés) de -30,2 millions de francs en raison d'une réduction du taux d'escompte. Ce montant a été saisi dans l'état du résultat étendu. Une perte actuarielle de -68,4 millions de francs avait également été enregistrée l'exercice précédent. 59,5 millions de francs (5.75 francs par action) ont été versés aux actionnaires

Illustration 7

Variation des capitaux propres

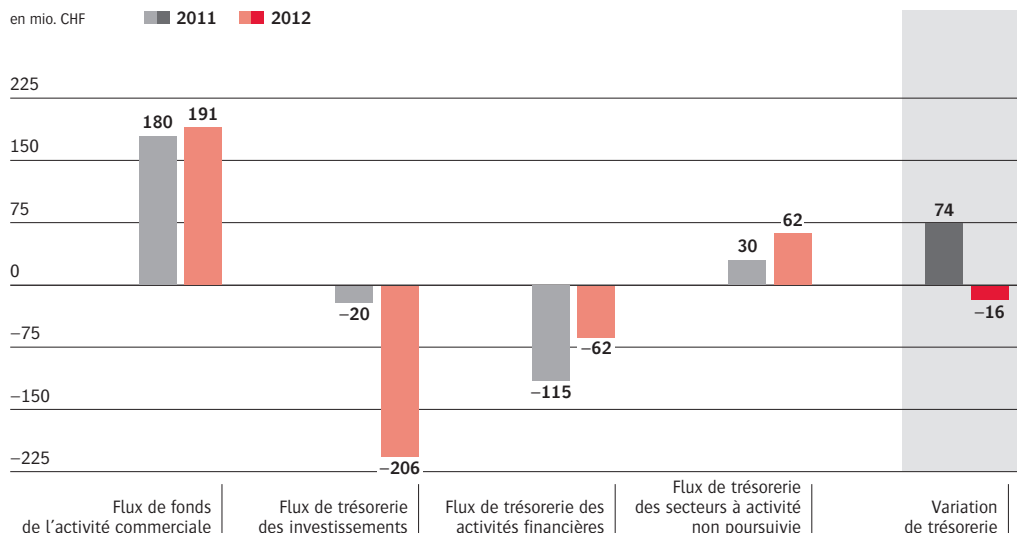


de Tamedia SA à titre de dividende sur les réserves de capital. Le taux d'autofinancement est passé de 54,9 pour cent à 57,1 pour cent.

L'actif circulant des secteurs à activité poursuivie a fléchi de 6,6 millions de francs à 316,0 millions de francs. La trésorerie a enregistré une diminution de 2,9 millions de francs à 111,8 millions de francs. Sans la première consolidation intégrale de jobs.ch holding AG, la baisse aurait été plus conséquente. La première prise en compte de jobs.ch holding AG et de FashionFriends AG s'est traduite par une augmentation des créances résultant de livraisons et de prestations ainsi que des provisions. Les éléments du patrimoine destinés à la cession ont dans l'ensemble diminué de 78,7 millions de francs à 8,9 millions de francs du fait de la cession des stations de radio et chaînes de télévision ainsi que des médias spécialisés (voir paragraphe «Chiffre d'affaires»), et en raison d'un immeuble pris en compte l'exercice précédent, qui a été vendu en 2012.

L'augmentation de 425,2 millions de francs ou 32,0 pour cent des immobilisations est surtout due à l'accroissement des immobilisations incorporelles. A la suite des variations dans le périmètre de consolidation, les immobilisations corporelles ont grimpé de 0,9 million de francs. Les investissements consentis au titre des immobilisations corporelles se sont inscrits à 18,0 millions de francs, tandis que les amortissements des activités poursuivies en cours se sont élevés à 28,7 millions de francs. La part des sociétés associées dans les capitaux propres a augmenté de 10,8 millions de francs (montant net) à 104,5 millions de francs. Les parts acquises dans les sociétés associées ImmoStreet.ch SA et TicinOnline SA ainsi que les sociétés associées Karriere.at GmbH, Karriere.ch AG et x28 AG reprises suite au rachat de jobs.ch holding AG ont été portées pour la première fois au bilan en 2012. La valeur de la participation associée dans FashionFriends AG n'apparaît pas du fait de la consolidation intégrale de l'entreprise. Les immobilisations incorporelles ont progressé de 849,2 millions de francs à 1 274,2 millions de francs, soit une hausse de 425,0 millions de francs. Cette hausse s'explique principalement par les apports d'un montant de 452,6 millions de francs dans le périmètre de consolidation. Ils concernent les droits d'édition, le droit des marques et le goodwill. Les apports dans le périmètre de consolida-

Flux de trésorerie



tion englobent, outre les immobilisations incorporelles de Fashion Friends AG et de *jobs.ch*, les droits d'édition, le droit des marques et le goodwill résultant de la reprise des activités de *Bilan*, du *Langenthaler Tagblatt* et de *Tribune des Arts*. Des informations détaillées relatives à ces transactions figurent à la remarque 1 de l'annexe aux comptes annuels consolidés. Outre ces apports, sont comptabilisés des amortissements en cours de 28,6 millions de francs ainsi que la nécessité de procéder à une dépréciation du goodwill à hauteur de 2,3 millions de francs. Aucune sortie importante d'immobilisations incorporelles (en montant net) n'a été comptabilisée pour l'exercice sous revue.

Le capital étranger à court terme des secteurs poursuivis a baissé de 35,7 millions de francs à 457,7 millions de francs. Ce tassement est lié aux dettes financières à court terme et aux dettes provenant de livraisons et de prestations, qui se sont contractées de 69,1 millions de francs et de 11,8 millions de francs, alors que les autres postes ont augmenté sous l'effet des variations dans le périmètre de consolidation.

Les passifs en relation avec les éléments du patrimoine destinés à la cession ont dans l'ensemble diminué de 12,7 millions de francs à 0,4 million de francs. Cette baisse est principalement due à la vente des stations de radio et chaînes de TV ainsi que des médias spécialisés (voir paragraphe «Vente de sociétés consolidées»). Ils comprennent les dettes fiscales différées qui couvrent les impôts prévus dans le cadre de la vente des immeubles destinés à la cession.

Les capitaux d'emprunts à long terme ont progressé de 155,8 millions de francs à 434,4 millions de francs. La hausse des dettes financières à long terme de 108,2 millions de francs à 198,3 millions de francs est essentiellement due aux titres de participation à long terme destinés à financer le rachat de *jobs.ch holding AG*. L'augmentation des emprunts à long terme vis-à-vis de tiers est due à la prise en compte initiale de *jobs.ch holding AG*. Le recul des autres dettes financières à court et long terme s'explique par l'ajustement et le remboursement de l'engagement d'achat résultant de la reprise d'*Edipresse Suisse*. Les dettes fiscales différées ont augmenté de 26,7 millions de francs à 134,5 millions de francs, principalement sous l'effet de la variation dans le périmètre de consolidation. Les dettes de prévoyance selon la norme IAS 19 ont augmenté de 20,4 millions de francs à 92,5 millions de francs du fait de la comptabilisation de pertes actuarielles.

Comparaison pluriannuelle

		2012	2011	2010	2009	2008
Produit d'exploitation	mio. CHF	1 052,4	1 117,2	745,0	749,5	890,1
Croissance		-5,8%	50,0%	-0,6%	-15,8%	19,8%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	mio. CHF	203,4	237,7	145,7	90,2	168,1
Croissance		-14,4%	63,1%	61,6%	-46,3%	5,2%
Marge ¹		19,3%	21,3%	19,6%	12,0%	18,9%
Résultat (des secteurs à activité poursuivie)	mio. CHF	137,7	177,1	109,4	51,0	124,5
Croissance		-22,2%	61,8%	114,5%	-59,0%	-23,3%
Marge ¹		13,1%	15,8%	14,7%	6,8%	14,0%
Effectifs du personnel (moyenne) ²	Nombre	3 360	3 301	2 164	2 339	2 452
Produit d'exploitation par collaborateur	CHF 000	313,2	338,4	344,3	320,4	363,0
Fonds de roulement	mio. CHF	324,9	410,2	243,5	303,9	270,6
Immobilisations	mio. CHF	1 756,0	1 330,8	990,0	841,1	828,1
Total du bilan	mio. CHF	2 080,9	1 741,0	1 233,6	1 145,0	1 098,7
Capitaux d'emprunts	mio. CHF	892,6	785,2	389,8	334,6	351,2
Capitaux propres	mio. CHF	1 188,3	955,8	843,7	810,3	747,5
Flux de fonds de l'activité commerciale	mio. CHF	190,6	179,8	185,3	62,6	123,3
Flux de trésorerie des investissements	mio. CHF	(206,2)	(20,2)	(243,4)	(2,2)	(62,8)
Flux de trésorerie après investissements	mio. CHF	(15,6)	159,6	(58,1)	60,4	60,5
Flux de trésorerie des activités financières	mio. CHF	(62,3)	(114,9)	(25,4)	(43,8)	(71,9)
Flux de trésorerie des secteurs à activité non poursuivie	mio. CHF	61,8	29,8	24,0	8,6	12,4
Variation de trésorerie	mio. CHF	(16,1)	74,3	(60,1)	25,3	1,3
Rentabilité des capitaux propres ³		12,8%	18,7%	13,1%	5,8%	14,1%
Taux de propre financement ⁴		57,1%	54,9%	68,4%	70,8%	68,0%
Taux de financement intérieur de l'investissement net ⁵		92,4%	888,9%	76,1%	2907,9%	196,2%
Taux de liquidités II ⁶		67,0%	64,3%	70,2%	101,3%	87,6%
Facteur d'endettement ⁷	x	3,1	2,6	0,9	1,1	0,9

¹ En pour cent du produit d'exploitation

² Effectif du personnel des secteurs à activité poursuivie

³ Résultat parts minoritaires comprises par rapport aux capitaux propres au 31.12

⁴ Capitaux propres par rapport au total du bilan

⁵ Flux de fonds de l'activité commerciale par rapport au flux de trésorerie des investissements

⁶ Fonds de roulement hors stocks rapporté aux capitaux d'emprunts à court terme (des activités poursuivies)

⁷ Endettement net (capitaux d'emprunts déduction faite des fonds de roulement sans provisions) par rapport au flux de trésorerie des activités commerciales

Informations à l'attention des investisseurs

Evolution du cours de l'action du 3 janvier 2007 au 15 février 2013



Cours de l'action

en CHF	2012	2011	2010	2009	2008
Au plus haut	116.90	144.90	128.00	87.50	150.00
Au plus bas	96.00	102.40	71.75	40.00	49.20
Fin d'année	102.70	116.50	124.10	75.50	50.00

Capitalisation boursière

en mio. CHF	2012	2011	2010	2009	2008
Au plus haut	1 239	1 536	1 357	928	1 590
Au plus bas	1 018	1 085	761	424	522
Fin d'année	1 089	1 235	1 315	800	530

Echéancier financier

Assemblée générale
Compte rendu semestriel

26 avril 2013
22 août 2013

Chiffres-clés par action

en CHF	2012	2011	2010	2009	2008
Résultat par action (non dilué)	14.54	16.82	10.61	4.48	10.72
Résultat par action (dilué)	14.52	16.80	10.61	4.48	10.72
EBIT par action	13.51	17.08	10.90	4.84	12.61
EBITDA par action	19.21	22.45	14.02	8.61	15.86
Flux de trésorerie disponible par action	(1.47)	15.08	(5.59)	5.77	5.71
Capital propre par action	112.24	90.29	81.14	7.34	70.54
Dividende par action	4.50 ¹	5.75	4.00	1.50	3.00
Taux de distribution ²	34,6%	34,4%	38,7%	30,8%	25,5%
Rendement des dividendes ³	4,4%	4,9%	3,2%	2,0%	6,0%
Rapport cours-bénéfices ³	x 7,1	6,9	11,7	16,9	4,7
Rapport cours-EBIT ³	x 7,6	6,8	11,4	15,6	4,0
Rapport cours-EBITDA ³	x 5,3	5,2	8,9	8,8	3,2
Rapport cours-chiffre d'affaires ³	x 1,0	1,1	1,7	1,1	0,6
Rapport cours-flux de trésorerie disponible ³	x (69,7)	7,7	(22,2)	13,1	8,8
Rapport cours-capital propre ³	x 0,9	1,3	1,5	10,3	0,7

¹ Demande du Conseil d'administration

² Sur la base du résultat des secteurs à activité poursuivie

³ Sur la base du cours de fin d'année

Structure du capital

D'un montant de 106 millions de francs, le capital-actions est divisé en 10 600 000 actions nominatives de 10 francs chacune, dont 600 000 sont issues d'une augmentation de capital réalisée en octobre 2007 dans le cadre de l'acquisition d'Espace Media Groupe. Il n'existe ni de capital autorisé ni de capital conditionnel. Pour les plans de participation en actions, l'entreprise tient à disposition des actions propres selon les remarques 32, 44 et 45.

Un contrat de fidélisation des actionnaires a été conclu pour 67,00 pour cent des actions. Les signataires du contrat de fidélisation des actionnaires détiennent actuellement 71,80 pour cent des actions.

Utilisation du résultat

Tamedia applique une politique de distribution axée sur le résultat. En général, 35 à 45 pour cent du résultat sont distribués au titre de dividende.

Investor Relations

Tamedia SA
 Christoph Zimmer
 Responsable Communication d'entreprise
 Werdstrasse 21
 CH-8021 Zurich
 Téléphone: +41 (0) 44 248 41 00
 Fax: +41 (0) 44 248 50 26
 E-mail: christoph.zimmer@tamedia.ch

Tamedia-Groupe

Compte de résultats consolidé

en CHF 000

	Remarque	2012	2011 ¹
Bénéfices médias	4	962 439	1 018 549
Bénéfices impression	5	54 371	55 125
Produit d'exploitation restant	6	35 587	43 517
Produit d'exploitation		1 052 397	1 117 192
Frais de matériel et prestations externes	7	(165 654)	(176 662)
Charges salariales	8	(404 047)	(415 328)
Charges d'exploitation restantes	9	(279 338)	(287 533)
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)		203 358	237 669
Amortissements	10	(60 338)	(56 825)
Résultat d'exploitation (EBIT)		143 020	180 843
Part du résultat dans des sociétés associées	11	4 010	6 943
Produits financiers	12	36 496	41 074
Charges financières	12	(6 256)	(13 164)
Résultat avant impôts		177 270	215 696
Impôt sur les bénéfices	13	(39 543)	(38 634)
Résultat des secteurs à activité poursuivie		137 727	177 061
Secteurs à activité non poursuivie	15	14 305	1 737
Résultat		152 031	178 798
dont			
Part des actionnaires de Tamedia		153 916	178 045
Parts minoritaires	16	(1 885)	754

1 Tamedia a décidé que, dans le cadre d'une acquisition par étapes, elle ferait dorénavant figurer la présentation des résultats de réévaluations dans le produit d'exploitation restant. Les données de l'exercice précédent ont été adaptées en conséquence. Des explications détaillées à ce sujet figurent dans les principes de consolidation.

Résultat par action

en CHF	Remarque	2012	2011
Résultat par action (non dilué)	17	14.54	16.82
Résultat par action (dilué)	17	14.52	16.80
Résultat par action des secteurs à activité poursuivie (non dilué)	17	13.19	16.66
Résultat par action des secteurs à activité poursuivie (dilué)	17	13.17	16.64

Compte de résultat total consolidé

en CHF 000

	Remarque	2012	2011
Résultat		152 031	178 798
Fluctuation de valeur des couvertures	39	(1 648)	2 937
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	23	(38 856)	(87 692)
Différences de conversion		15	45
Impôts résultat total restant		9 011	19 276
Résultat saisi directement dans le capital propre		(31 480)	(65 434)
Résultat total		120 552	113 364
dont			
Part des actionnaires de Tamedia		122 437	112 611
Parts minoritaires		(1 885)	754

Bilan consolidé

en CHF 000 au 31 décembre

	Remarque	2012	2011
Trésorerie		111 751	114 615
Investissements financiers à court terme		882	2 012
Créances résultant de livraison et de prestations	18	166 876	161 622
Créances financières à court terme		74	353
Créances fiscales en cours		1 415	6 213
Autres créances à court terme		13 135	11 651
Actifs de régularisation		12 582	20 690
Provisions	19	9 292	5 431
Fonds de roulement des secteurs à activité poursuivie		316 006	322 586
Eléments du patrimoine destinés à la cession	15	8 898	87 598
Fonds de roulement		324 904	410 184
Immobilisations corporelles	20	363 068	373 686
Participations dans des sociétés associées	11	104 477	93 692
Créances de prévoyance selon IAS 19	23	–	2 308
Investissements financiers à long terme restants	22	8 843	8 046
Créances fiscales différées	14	5 432	3 840
Immobilisations incorporelles	24/25	1 274 197	849 227
Immobilisations		1 756 018	1 330 800
Actifs		2 080 922	1 740 983
Dettes financières à court terme	26	75 518	144 633
Dettes résultant de livraisons et de prestations	27	51 836	63 599
Dettes fiscales en cours		33 436	20 343
Dettes à court terme restantes	28	35 751	26 843
Passifs de régularisation	29	257 724	234 463
Provisions à court terme	30	3 473	3 597
Capitaux d'emprunts à court terme des secteurs à activité poursuivie		457 739	493 479
Dettes en rapport avec des éléments du patrimoine destinés à la cession	15	415	13 100
Capitaux d'emprunts à court terme		458 154	506 579
Dettes financières à long terme	26	198 264	90 104
Dettes de prévoyances selon IAS 19	23	92 536	72 156
Dettes fiscales différées	14	134 485	107 823
Provisions à long terme	30	9 144	8 539
Capitaux d'emprunts à long terme		434 429	278 622
Capitaux d'emprunts		892 583	785 201
Capital social	31	106 000	106 000
Propres actions	32	(18 250)	(18 618)
Réserves		916 333	852 503
Capital propre, part des actionnaires de Tamedia		1 004 083	939 885
Part des actionnaires minoritaires		184 256	15 898
Capitaux propres		1 188 339	955 783
Passifs		2 080 922	1 740 983

Flux de trésorerie consolidé

en CHF 000

	2012	2011
Méthode directe		
Recettes provenant de la vente de livraisons et de prestations de services	1 035 180	1 089 912
Dépenses pour le personnel	(406 655)	(409 402)
Dépenses pour les livraisons et les prestations de services reçus	(421 736)	(462 499)
Flux de trésorerie d'exploitation	206 790	218 011
Dividendes des sociétés associées	9 022	7 806
Intérêts payés	(1 486)	(2 601)
Intérêts obtenus	430	294
Résultats financiers restants	42	601
Impôt sur les bénéfices payés	(24 225)	(44 298)
Flux de fonds de l'activité commerciale¹	190 572	179 813
Investissements dans des immobilisations corporelles	(17 992)	(37 770)
Désinvestissement d'immobilisations corporelles	730	1 333
Investissements dans des sociétés consolidées	(173 868)	19 486
Désinvestissements de sociétés consolidées	–	3 616
Investissements dans la participation dans des sociétés associées	(5 770)	(12 699)
Désinvestissements de participations dans des sociétés associées	129	12 085
Investissements dans les placements financiers restants	(6 661)	(2 829)
Désinvestissement des placements financiers restants	807	2 230
Investissements dans des immobilisations incorporelles	(3 536)	(5 682)
Flux de trésorerie des investissements¹	(206 161)	(20 229)
Flux de trésorerie après investissements	(15 590)	159 584
Affectation des bénéfices aux actionnaires de Tamedia	(59 489)	(41 637)
Augmentation des dettes financières à court terme	65 006	79 834
Diminution dettes financières à court terme	(212 494)	(148 177)
Augmentation des dettes financières à long terme	191 323	631
Diminution dettes financières à long terme	(43 000)	(770)
Augmentation/(diminution) des autres dettes à long terme	(1 529)	–
(Rachat)/vente actions propres	–	(3 458)
Augmentation/(diminution) des parts des actionnaires minoritaires	(2 083)	(1 329)
Flux de trésorerie des activités financières¹	(62 266)	(114 906)
Flux de trésorerie des secteurs à activité non poursuivie	61 790	29 842
Influence devises étrangères	(28)	(191)
Variation de trésorerie	(16 093)	74 329
Trésorerie au 1 janvier	127 844	53 515
Trésorerie au 31 décembre	111 751	114 615
Trésorerie des secteurs à activité non poursuivie au 31 décembre	–	13 229
Variation de trésorerie	(16 093)	74 329

1 Les valeurs se réfèrent aux secteurs à activité poursuivie

Variation du capital propre

en CHF 000

	Capital social	Propres actions	Différences de conversion	Réserves	Capital propre, part des actionnaires de Tamedia	Part des actionnaires minoritaires dans les capitaux propres	Capitaux propres
Etat au 31.12.2010	106 000	(15 256)	723	747 733	839 200	4 540	843 740
Résultat	–	–	–	178 045	178 045	754	178 799
Fluctuation de valeur des couvertures	–	–	–	2 937	2 937	–	2 937
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	–	–	–	(87 692)	(87 692)	–	(87 692)
Différences de conversion	–	–	45	–	45	–	45
Impôts résultat total restant	–	–	–	19 276	19 276	–	19 276
Résultat total	–	–	45	112 566	112 611	754	113 365
Affectation des bénéfices	–	–	–	(41 342)	(41 342)	(295)	(41 637)
Variation des sociétés consolidées	–	–	–	–	–	10 899	10 899
Actions à remettre ¹	–	–	–	31 025	31 026	–	31 026
Rémunérations basées sur des actions	–	–	–	1 753	1 753	–	1 753
(Achat)/vente actions propres	–	(3 362)	–	–	(3 362)	–	(3 362)
Etat au 31.12.2011	106 000	(18 618)	768	851 735	939 885	15 898	955 783
Résultat	–	–	–	153 916	153 916	(1 885)	152 031
Fluctuation de valeur des couvertures	–	–	–	(1 649)	(1 649)	–	(1 649)
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	–	–	–	(38 856)	(38 856)	–	(38 856)
Différences de conversion	–	–	15	–	15	–	15
Impôts résultat total restant	–	–	–	9 011	9 011	–	9 011
Résultat total	–	–	15	122 422	122 437	(1 885)	120 552
Affectation des bénéfices	–	–	–	(59 489)	(59 489)	(2 083)	(61 572)
Variation des sociétés consolidées	–	–	–	–	–	172 325	172 325
Engagements contractuels destinés à l'achat d'instruments de capitaux propres / parts minoritaires	–	–	–	(780)	(780)	–	(780)
Rémunérations basées sur des actions	–	–	–	1 663	1 663	–	1 663
(Achat)/vente actions propres	–	368	–	–	368	–	368
Etat au 31.12.2012	106 000	(18 250)	783	915 551	1 004 083	184 256	1 188 339

1 Le prix d'achat des 49,9 pour cent restants du capital-actions d'Edipresse Suisse englobe 250 000 actions de Tamedia SA. Ces dernières ont été évaluées au moment de l'acquisition sur la base du cours du 31 décembre 2010, soit 31 millions de francs, et comptabilisées directement dans les capitaux propres au moment de l'acquisition.

Participations

Au 31 décembre 2012, les sociétés du groupe Tamedia englobent:

Nom	Siège	Monnaie	Capital social (en CHF 000)	Secteur	Méthode de consolidation	Part de capital groupe 2012	Part des droits de vote groupe 2012
Tamedia AG	Zurich	CHF	106 000	R/N/D	V	—	—
20 Minuten AG	Zurich	CHF	5 000	N/D	V	100,0%	100,0%
20 minuti Ticino SA	Lugano	CHF	300	N/D	Q	50,0%	50,0%
Car4you Schweiz AG	Zurich	CHF	1 200	D	V	100,0%	100,0%
Comfriends SA	Lausanne	CHF	1 000	D	V	100,0%	100,0%
Doodle SA	Zurich	CHF	100	D	E	49,0%	49,0%
Edita SA	Luxembourg	EUR	50	N	Q	50,0%	50,0%
Espace Media AG	Berne	CHF	5 000	R	V	100,0%	100,0%
Büchler Grafino AG	Berne	CHF	9 900	R	V	100,0%	100,0%
Burgdorfer Tagblatt AG (en liquidation)	Burgdorf	CHF	82	N	E	30,0%	30,0%
Schaer Thun AG	Thoune	CHF	2 250	R	V	100,0%	100,0%
Berner Oberland Medien AG	Uetendorf	CHF	500	R	Q	50,0%	50,0%
Thuner Amtsanzeiger ¹	Thoune	CHF	—	R	E	45,0%	45,0%
FashionFriends AG	Langenthal	CHF	231	D	V	65,0%	65,0%
Glattaler AG	Dübendorf	CHF	100	R	V	80,0%	80,0%
Homegate AG	Adliswil	CHF	1 000	D	V	90,0%	90,0%
ImmoStreet.ch	Lausanne	CHF	700	D	E	20,0%	20,0%
Jobs.ch Holding AG	Zurich	CHF	18 746	D	V	50,0%	50,0%
Jobs.ch AG	Zurich	CHF	232	D	V	50,0%	50,0%
Stellen.com AG	Zurich	CHF	100	D	V	50,0%	50,0%
Karriere.at GmbH	Linz	EUR	40	D	E	24,5%	24,5%
Karriere.ch AG	Zoug	CHF	200	D	E	18,0%	18,0%
x28 AG	Thalwil	CHF	100	D	E	10,0%	10,0%
Jobup AG	Zurich	CHF	100	D	V	100,0%	100,0%
Jobsuchmaschine AG	Berne	CHF	100	D	E	49,0%	49,0%
Newsnet ¹	Zurich	CHF	—	D	V	81,3%	81,3%
Olmero AG	Opfikon	CHF	208	D	E	24,4%	24,4%

¹ Société simple

Secteur

N = Print National

R = Print Régional

D = Digital

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

Q = Consolidation proportionnelle

E = Evaluation des capitaux propres

Nom	Siège	Monnaie	Capital social (en CHF 000)	Secteur	Méthode de consolidation	Part de capital groupe 2012	Part des droits de vote groupe 2012
Presse Publications SR S.A.	Lausanne	CHF	43 500	R	V	100,0%	100,0%
CIE Centre d'impression SA	Lausanne	CHF	10 000	R	V	100,0%	100,0%
Tamedia Publications romandes SA	Lausanne	CHF	7 500	R	V	100,0%	100,0%
ER Publishing SA	Lausanne	CHF	2 000	R	Q	50,0%	50,0%
Le Temps SA	Genève	CHF	5 000	R	Q	46,2%	46,2%
La Région Hebdo SA	Yverdon-les-Bains	CHF	100	R	E	24,0%	24,0%
Editions Le Régional SA	Vevey	CHF	482	R	V	87,8%	87,8%
LC Lausanne Cités SA	Lausanne	CHF	50	R	Q	50,0%	50,0%
Payot Naville Distribution SA	Corminbœuf	CHF	30 000	R	E	35,0%	35,0%
Point Prod' SA	Carouge	CHF	133	R	E	30,0%	30,0%
Romandie Online SA, en liquidation	Nyon	CHF	250	D	Q	50,0%	50,0%
SA de la Tribune de Genève	Genève	CHF	1 500	R	V	100,0%	100,0%
Société de Publications Nouvelles SPN SA	Genève	CHF	1 000	R	Q	50,0%	50,0%
Virtual Network SA	Nyon	CHF	100	D	E	20,0%	20,0%
Search.ch AG	Zoug	CHF	100	D	V	75,0%	75,0%
Agence Télégraphique Suisse SA	Berne	CHF	2 000	N	E	29,1%	29,1%
scoup SA	Zurich	CHF	60	D	V	75,0%	75,0%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG	Zurich	CHF	900	N	E	33,3%	33,3%
Swissdox AG	Zurich	CHF	100	R	E	33,3%	33,3%
Tagblatt der Stadt Zürich AG	Zurich	CHF	200	R	V	85,0%	85,0%
Tages-Anzeiger Verlag AG	Zurich	CHF	100	R	V	100,0%	100,0%
TVtäglich ¹	Zurich	CHF	–	R	Q	50,0%	50,0%
Verlag Finanz und Wirtschaft AG	Zurich	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%
Winner AG	Zurich	CHF	100	R	V	100,0%	100,0%
Zattoo Schweiz AG	Zurich	CHF	130	D	E	24,5%	24,5%
Ziegler Druck- und Verlags-AG	Winterthour	CHF	3 326	R	E	20,0%	20,0%
Zürcher Oberland Medien AG	Wetzikon	CHF	1 800	R	E	37,6%	37,6%
ZO Wochenzeitungen AG	Wetzikon	CHF	100	R	E	37,6%	37,6%
Zürcher Regionalzeitungen AG	Stäfa	CHF	100	R	V	100,0%	100,0%
DZO Druck Oetwil a.S. AG	Oetwil a.S.	CHF	5 000	R	V	100,0%	100,0%
Neue Bülacher Tagblatt AG	Bülach	CHF	200	R	V	100,0%	100,0%

1 Société simple

Secteur

N = Print National

R = Print Régional

D = Digital

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

Q = Consolidation proportionnelle

E = Evaluation des capitaux propres

Actionnaires principaux

Nom	2012 ¹	2011 ¹	2010 ¹
Dr. Severin Coninx, Berne	13,20%	13,20%	13,20%
Rena Maya Coninx Supino, Zurich	12,95%	12,95%	12,95%
Dr. Hans Heinrich Coninx, Küsnacht	11,93% ²	11,93%	11,93%
Annette Coninx Kull, Wettswil a.A.	11,85% ³	11,85%	11,85%
Ellermann Lawena Stiftung, FL-Vaduz	6,94%	6,94%	6,94%
Ellermann Pyrit GmbH, D-Stuttgart	6,93%	6,93%	6,93%
Ellermann Rappenstein Stiftung, FL-Vaduz	5,86%	5,86%	5,86%
Autres membres de la convention d'actionnaires	2,15%	2,15%	2,15%
Total des membres de la convention d'actionnaires	71,80%	71,80%	71,80%
Tweedy Browne Company LLC	4,53%	4,53%	4,52%
Regula Hauser-Coninx, Weggis	4,63%	4,63%	4,63%
Montalto Holding AG, Zoug	1,83%	1,83%	1,83%
Epicea Holding AG, Zoug	1,42%	1,42%	1,42%
Autres membres du groupe d'actionnaires	0,69%	0,69%	0,69%
Total des membres du groupe d'actionnaires Reinhardt-Scherz	3,94%	3,94%	3,94%

¹ Les données au 31 décembre se réfèrent à l'ensemble des 10,6 millions d'actions nominatives émises.

² Dont droits d'usufruit sur 393 234 actions nominatives appartenant à Martin Coninx (Männedorf), droits d'usufruit sur 393 233 actions nominatives appartenant à Claudia Isabella Kaczynski-Coninx (Zollikon) et droits d'usufruit sur 393 233 actions nominatives appartenant à Christoph Coninx (Schlieren).

³ Dont droits d'usufruit sur 586 021 actions nominatives appartenant à Fabia Schulthess (Zurich) et droits d'usufruit sur 586 022 actions nominatives appartenant à Andreas Schulthess (Wettswil).

Evénements importants intervenus après la date de clôture du bilan

Achat MetroXpress Denmark SA

Début 2013, 20 Minuten AG a racheté aux groupes de presse Metro International S.A. (51 pour cent) et A-Pressen et JP/Politikens Hus (24,5 pour cent) la société MetroXpress Denmark SA, qui gère les pendulaires gratuits *MetroXpress* et *24timer* ainsi que les portails d'informations qui leur sont associés. Les frais de transaction se sont montés à 20,0 millions de francs en espèces, dont 6,1 millions consacrés à l'achat d'actions et 13,9 millions à la reprise d'emprunts.

Lors de la consolidation initiale au 1^{er} janvier 2013, des actifs ont été rachetés à hauteur de 30,2 millions de francs et des engagements à concurrence de 24,1 millions de francs. Les actifs comprennent, outre une trésorerie de 1,5 million de francs, un goodwill et des biens immatériels à hauteur de 81 pour cent du total du bilan ou au total 24,5 millions de francs. Les données de la consolidation initiale reposent sur des estimations et valeurs provisoires.

Contact

Tamedia AG
Werdstrasse 21
CH-8021 Zurich
Tél. +41 (0) 44 248 41 11
www.tamedia.ch
communication@tamedia.ch

Investor Relations

Tamedia AG
Christoph Zimmer
Responsable Communication d'entreprise
Werdstrasse 21
CH-8021 Zurich
Tél. +41 (0) 44 248 41 00
christoph.zimmer@tamedia.ch

Impressum

Communication d'entreprise Tamedia (gestion de projet)
Secrétaire général (coordination Conseil d'administration)
Nose Design AG, Zurich (concept et design)
Karin Heer (photographie)
MDD Management Digital Data AG, Lenzbourg (production)
CLS Communication (traduction)
Tamedia (lectorat)
galledia, Flawil (impression)

Publications électroniques et téléchargement:
www.tamedia.ch, Relations investisseurs, Rapports financiers

Vous pouvez commander le rapport annuel à l'adresse suivante:
Tamedia AG, Unternehmenskommunikation, Werdstrasse 21, CH-8021 Zurich
Tél. +41 (0) 44 248 41 90, Fax +41 (0) 44 248 50 26, communication@tamedia.ch

