



le

Chiffres-clés

en mio. CHF

	2016	2015	Variation
Compte de résultat			
Chiffre d'affaires	1 004,8	1 063,8	-5,5%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	201,0	243,4	-17,5%
Marge	20,0%	22,9%	-12,6%
Résultat d'exploitation (EBIT)	113,5	130,6	-13,1%
Marge	11,3%	12,3%	-8,0%
Revenu net	122,3	334,0	-63,4%
dont			
Part des actionnaires de Tamedia	104,7	321,4	-67,4%
Part des actionnaires minoritaires	17,6	12,6	39,5%
Chiffre d'affaires par domaine d'activité avec tiers			
Publications Régionales	425,2	468,8	-9,3%
Publications Nationales	354,0	374,0	-5,4%
Digital	225,6	221,0	2,1%
Bilan			
Actif circulant	308,9	343,2	-10,0%
Actifs immobilisés	2 112,2	2 165,6	-2,5%
Total du bilan	2 421,1	2 508,9	-3,5%
Fonds étrangers	665,0	847,4	-21,5%
Fonds propres	1 756,1	1 661,5	5,7%
Indices financiers			
Degré d'autofinancement	72,5	66,2	9,5%
Rentabilité des fonds propres	7,0	20,1	-65,3%
Indices sur le personnel			
Effectifs à la date de clôture du bilan ¹	3 296	3 366	-2,1%
Produit d'exploitation par collaborateur/-trice ²	306,2	318,7	-3,9%
	en CHF 000		
Indices par action			
Revenu net par action	9.89	30.32	-67,4%
	en CHF		
Dividende par action	4.50 ³	4.50	0,0%
	en CHF		
Rendement des dividendes ⁴	2,9%	2,6%	9,6%
Rapport cours-bénéfice ⁴	15,8	5,6	179,8%
	x		

1 Nombre d'emplois à plein temps

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

Le compte-rendu 2016 de Tamedia est également disponible sur une application iOS et Android.

Mise en réseau et innovation



Dr. Pietro Supino,
Éditeur et Président

Mesdames, Messieurs,

La recherche de Barnaby Skinner pour l'article «Das Parteibuch der Richter beeinflusst die Asylentscheide» paru dans le [Tages-Anzeiger](#) du 10 octobre 2016 a été l'un des moments forts de ma carrière d'éditeur au cours de l'année écoulée. Il est l'un des trois représentants de Tamedia à avoir partiellement participé l'été dernier au Lede Program for Data Journalism de l'Université Columbia à New York. Pendant ce cours intensif de plusieurs mois, les participants apprennent la programmation et la gestion des bases de données. Avec ces capacités, il a été possible de télécharger quelque 30 000 arrêts du Tribunal fédéral et d'extraire le nom des juges impliqués en y associant leur appartenance politique. La recherche démontre qu'il y avait un rapport évident entre l'appartenance politique des juges et leurs décisions dans les procédures d'asile devant le Tribunal administratif fédéral. Il y a encore quelques années, cette recherche aurait été impossible. Cet exemple illustre la façon dont nous parvenons à mettre l'évolution technologique au service de notre métier et de nos valeurs fondamentales, comment ces nouvelles possibilités nous permettent de rendre publiques des questions essentielles dans une entreprise démocratique et de contribuer à un débat basé sur des faits. Quatre candidats à notre société participeront à nouveau au prochain Lede Program cet été.

Nous avons pour objectif de constituer un savoir-faire technologique dans toutes les rédactions, en complément de la pratique traditionnelle du métier de journaliste. Ce savoir-faire devra devenir une composante du futur métier de journaliste mais aussi être intégré grâce à la composition de plus en plus interdisciplinaire des rédactions.

Le Tamedia Data Mining (Tadam) est un deuxième bon exemple de cette orientation. Il s'agit d'une boîte à outils constituée d'un logiciel ainsi que de capacités de stockage et de calcul permettant aux journalistes de traiter et d'analyser de grandes quantités de données aux formats les plus divers. Les applications possibles vont du monitoring des sites Internet actuels, comme par exemple les déclarations d'accidents des différents services de polices, jusqu'aux projets journalistiques d'envergure tels que les Panama Papers. L'intérêt réside à la fois dans un accroissement significatif de l'efficacité mais aussi dans une amélioration de la qualité. Une mémoire journalistique considérable est ainsi créée à partir des données enregistrées. L'analyse assistée par ordinateur permet de traiter des quantités de données d'un volume autrefois inimaginable. En outre, la collaboration sera ainsi facilitée et encouragée entre journalistes. Ce projet est le fruit de notre fonds d'innovation lancé il y a deux ans et remonte à une initiative du journaliste d'investigation Titus Plattner du [Matin Dimanche](#). Avec son collègue Didier Orel de notre IT et Olivier Steiner du développement de l'entreprise, il a présenté cette innovation à l'automne dernier lors du symposium Computation + Journalism de l'Université Stanford, où il a suscité un vif intérêt.

Les sondages sur les votations réalisés à l'échelle du groupe depuis un an constituent une autre évolution passionnante quelque peu différente. Les électeurs sont interrogés sur les objets fédéraux, à différents stades précédant la votation et à l'occasion d'un sondage a posteriori. Nos offres digitales touchent 80 pour cent de la population, les sondages garantissent un grand nombre de participants pondérés selon des variables démographiques, géographiques et politiques et permettent donc de tirer des conclu-

sions représentatives et d'élaborer des analyses approfondies sur un plan géographique. Nos rédactions utilisent les résultats pour une étude approfondie de la formation d'une opinion politique et du comportement des électeurs.

Ces exemples montrent que l'évolution technologique ne débouche pas seulement sur des disruptions qui nous mettent à l'épreuve mais nous donne également accès à de nouvelles possibilités. Je suis donc très heureux que l'initiative visant à créer une chaire et un centre des technologies des médias à l'EPFZ poursuivie depuis novembre 2015 ait pu être lancée dans de bonnes conditions en décembre dernier. Elle a pour but de produire des connaissances sur l'évolution des médias, de renforcer la place médiatique Suisse, de rayonner au plan international et d'ouvrir des perspectives, tant pour le secteur des médias que pour les diplômés du secteur.

L'interaction et l'innovation sont aussi les motivations de notre engagement chez Matter, un fonds de capital-risque californien. Matter se concentre sur les start-ups journalistiques qui adhèrent à la mission «inform, empower, connect». Pour cela, Matter suit l'approche «design thinking», qui se focalise sur les besoins de la clientèle et est également prometteuse pour notre entreprise. En tant que premier partenaire non-américain, nous cherchons à élargir notre horizon et à trouver de nouvelles idées et approches pour notre propre développement. Cette année, nous prévoyons de participer aux programmes partenaires de Matter avec au moins trois équipes de projet.

Tous ces efforts et initiatives sont nécessaires pour répondre au changement structurel inévitable du secteur des médias. Malgré des innovations remarquables incluant notamment de nombreuses nouvelles offres publicitaires numériques, les produits des annonces ont fortement diminué l'an dernier. La confiance est néanmoins de mise compte tenu de la stabilité des revenus sur le marché des utilisateurs et de la compensation satisfaisante des pertes enregistrées par les supports imprimés par des chiffres d'affaires numériques croissants des médias pour pendulaires. Les nombreuses idées et amorces de solutions pour remédier à la baisse des chiffres d'affaires et préserver la rentabilité de l'activité sont

également positives. D'expérience, nous savons toutefois à quel point les changements afférents sont exigeants. De nouvelles mesures de consolidation seront inévitables et nous réfléchissons à la manière dont la formation de centres de compétences en interne et des coopérations intelligentes dans le secteur permettront de préserver la masse critique, afin de conserver le niveau de nos prestations éditoriales, et idéalement les améliorer. L'expansion de 20 minutes en Autriche et le développement organique de Doodle sont de bons exemples qui démontrent comment nous pouvons par ailleurs à nouveau générer de la croissance. De nouvelles étapes importantes seront franchies dans le courant de cette année.

Il serait dangereux de sous-estimer les défis qui nous attendent. Mais nous sommes parfaitement positionnés pour les surmonter, grâce notamment à la réorganisation de l'entreprise, prévue de longue date et parfaitement mise en œuvre à l'occasion de la nouvelle année. La stratégie de transformation numérique et de diversification en un portefeuille de participations attractif poursuivie depuis des années permet à notre groupe de médias d'être bien positionné, malgré l'évolution décevante du marché au cours de l'exercice écoulé, et de distribuer un dividende inchangé de 4,50 francs par action, mais aussi d'être confiant dans l'évolution future.

Pour cet exercice 2016 réussi dans les circonstances que nous connaissons, ainsi que pour les bonnes bases sur lesquelles nous poursuivrons notre développement, j'adresse mes félicitations et mes remerciements à la Direction de l'entreprise sous la houlette de Christoph Tonini, ainsi qu'à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs.



Dr Pietro Supino

Éditeur & Président du Conseil d'administration



Pietro Supino



Martin Coninx



Martin Kall



Pierre Lamunière



Marina de Planta



Konstantin Richter



Iwan Rickenbacher

Pietro Supino, éditeur

Président du Conseil d'administration, président de la commission de publication, de la commission de nomination et de rémunération, de la commission de développement des activités ainsi que du conseil consultatif pour les technologies des médias et l'innovation

Pietro Supino (CH/I/1965), qui siège au Conseil d'administration de Tamedia depuis 1991, a été nommé éditeur et président du Conseil d'administration en mai 2007. 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 également président d'Espace Media SA, de Tamedia Publications romandes SA et de Zürcher Regionalzeitungen AG. Il est en outre président du conseil de surveillance de DJ Digitale Medien GmbH et membre du conseil

de surveillance de AHVV Verlags GmbH et de Ultimate Media Beteiligungs- und Management GmbH à Vienne, vice-président de Edita SA à Luxembourg et membre du conseil d'administration de l'Agence Télégraphique Suisse SA. Pietro Supino est en outre président de l'association Médias Suisses, membre du conseil de fondation de la Fondation pour l'art constructif, concret et conceptuel à Zurich, des comités du Family Business Network Switzerland et de Camera di Commercio Italiana per la Svizzera, ainsi que président de l'association de promotion Cheva Plattas da Fex. Pietro Supino a terminé ses études de droit et d'économie à l'université de St-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.

Martin Coninx

Membre de la commission de nomination et de rémunération et de la commission de révision

Martin Coninx (CH/1970) siège au Conseil d'administration depuis avril 2016. Il est membre du Conseil d'administration et Managing Partner de Research Partners AG depuis 2014. Parallèlement, il siège aux Conseils d'administration de schweizeraktien.net AG et de eyeonXAG. De 2004 à fin 2013, Martin Coninx a travaillé chez Tamedia, d'abord comme directeur d'édition, puis comme directeur de Verlag Finanz und Wirtschaft AG. Auparavant, il a été Marketing Director Publicitas à Shanghai, responsable marketing du magazine Bilanz, mais aussi expert-comptable et consultant dans une filiale de Ernst & Young. Martin Coninx a suivi des études d'économie d'entreprise à la Zürcher Hochschule à Winterthour et un perfectionnement de directeur d'édition avec brevet fédéral à l'Institut suisse des médias.

Martin Kall

Membre de la commission de nomination et de rémunération et de la commission de développement des activités

Martin Kall (CH/D/1961) siège au Conseil d'administration depuis avril 2013. Il est par ailleurs vice-président du conseil de surveillance de la Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (FAZ) à Francfort-sur-le-Main mais aussi membre du conseil de surveillance de Funke Mediengruppe GmbH & Co. KGaA (anciennement groupe WAZ) à Essen et du conseil d'administration de Lichtblick SE à Hambourg. Il est en outre président de l'assemblée des associés de Verlags-AG «Schweizer Bauer» à Berne, président du conseil d'administration de Prevanto SA, une société spécialisée dans les services de prévention et de l'entreprise de médias Kömedia AG de St-Gall. Martin Kall a assuré la présidence de la Direction générale de Tamedia d'avril 2002 à décembre 2012. Auparavant, il dirigeait les éditions Europe et les magazines Suisse chez Ringier SA en qualité de membre de la direction du groupe. De 1989 à 1996, il a travaillé chez Bertelsmann AG, en dernier lieu en qualité de gérant de Bertelsmann Fachinformation GmbH à Munich. Martin Kall est titulaire d'un MBA obtenu à la Harvard Business School en 1989. Il a étudié l'histoire et les sciences économiques à l'Université de Fribourg-en-Brigau et à la London School of Economics and Political Sciences, obtenant un diplôme d'économiste en 1987.

Pierre Lamunière

Membre de la commission de développement des activités et de la commission de publication

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 siégé au conseil d'administration de la Poste. Président de Lamunière Holding SA et de ses filiales, Pierre Lamunière est également membre du comité de direction de la Fédération internationale de la presse périodique (FIPP), qu'il a présidée de 2007 à 2009. De 2008 à 2016 il siégeait au conseil d'administration de la Banque Cantonale Vaudoise (BCV).

Marina de Planta

Présidente de la commission de révision

Marina de Planta (CH/1965) a suivi des études en économie à l'Université de Genève avant de travailler, pendant 17 ans, pour Ernst & Young à Genève, Zurich et Hong-Kong. En 1992, elle a obtenu le diplôme d'expert fiscal de la Chambre suisse des experts comptables et fiscaux à Zurich. Depuis 2010, Marina de Planta est partenaire et experte fiscale de l'étude Ducrest Heggli Avocats LLC à Genève. Egalement administratrice indépendante au sein de diverses sociétés suisses, elle enseigne le droit fiscal à la Haute école de gestion de Genève (chargée de cours). Elle siège également au comité genevois de Human Rights Watch.

Konstantin Richter

Membre de la commission de publication et de la commission de révision

Konstantin Richter (D/1971) est membre du Conseil d'administration depuis 2004. Il a démarré sa carrière professionnelle en 1997, en tant qu'assistant de rédaction du magazine spécialisé en médias Columbia Journalism

Review à New York. Reporter pour le Wall Street Journal à Bruxelles de 1999 à 2001, il a ensuite travaillé en tant que cogérant des éditions Rogner & Bernhard à Hambourg et Berlin, de 2004 à 2005. Auteur et journaliste indépendant, il vit aujourd'hui à Berlin. Auteur des livres «Bettermann» (2007) et «Kafka war jung und er brauchte das Geld» (2011), il écrit régulièrement des articles pour le journal dominical allemand Welt am Sonntag et l'hebdomadaire Die Zeit. En 2011, il a reçu le prix du meilleur reporter allemand pour l'un de ses reportages paru dans Die Zeit. Konstantin Richter a obtenu son Bachelor en littérature anglaise et philosophie à l'Université d'Edimbourg. Il a par ailleurs suivi le programme de Master de la Columbia University Graduate School of Journalism à New York.

Iwan Rickenbacher

Membre de la commission de publication et de la commission de développement des activités

Le professeur 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 Schwytz. Il a occupé les fonctions de secrétaire général du Parti démocrate-chrétien suisse (PDC) à Berne de 1988 à 1992. Il est conseiller en communication indépendant depuis 1992. En 2000, il a été nommé professeur honoraire à l'Université de Berne. Après l'obtention du diplôme d'enseignant, il a suivi des études de sciences de l'éducation, qu'il a terminées par un doctorat.



Emily Bell



Markus Gross



Mathias Müller von Blumencron



Sverre Munck

Le conseil pour la technologie des médias et l'innovation a été constitué à l'automne 2013. Sa tâche consiste à conseiller le Conseil d'administration et la Direction générale pour le développement du marché numérique et à accompagner l'entreprise dans sa mue digitale. Composé de spécialistes réputés issus des médias numériques, des activités en ligne et de la technologie numérique, il a pour mission d'anticiper les tendances, d'analyser le potentiel à exploiter dans le domaine numérique et d'apporter un point de vue externe sur les possibilités d'investissements ou d'alliances stratégiques.

Emily Bell

(GB/1965) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis février 2014. Elle est professeure et directrice du Tow Center for Digital Journalism à la Columbia University Graduate School of Journalism de New York. Experte reconnue sur le plan international, Emily Bell est également une commentatrice appréciée des thèmes en rapport avec les médias. Elle a été rédactrice en chef des sites Web du Guardian et directrice des contenus numériques du Guardian News and Media Group jusqu'en 2010. C'est à ce titre qu'elle a introduit avec son équipe Internet de nouvelles formes de communication, à l'instar du live blogging, des formats multimédia et des médias sociaux. Emily

Bell fait partie du conseil du Scott Trust, propriétaire du Guardian Media Group, depuis 2013.

Markus Gross

(CH/D/1963) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis octobre 2013. Professeur, il dirige le Computer Graphics Laboratory à l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (EPFZ). Il est également directeur de Disney Research Zurich. Né dans la Sarre, il a étudié l'électrotechnique et la technologie de l'information à l'Université de la Sarre, où il a obtenu son doctorat en infographie et traitement de l'image en 1989. Markus Gross œuvre depuis 1994 à l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich, où il a créé le Computer Graphics Laboratory. Il est à la tête de Disney Research Zurich depuis 2008, l'un des trois laboratoires de recherche de Walt Disney Company, qui travaille dans les domaines de la technologie vidéo, de la cinématographie assistée par ordinateur et de l'animation humaine et faciale. Markus Gross s'est vu remettre en 2013 un Technical Achievement Award de l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences.

Mathias Müller von Blumencron

(CH/D/1960) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis octobre 2013. Il est rédacteur en chef des médias numériques à la Frankfurter

Allgemeine Zeitung depuis octobre 2013. Mathias Müller von Blumencron a étudié le droit et l'économie d'entreprise à St-Gall, Hambourg et Kiel. Après sa formation journalistique à l'Ecole Henri-Nannen, il est entré comme rédacteur au magazine économique Das Capital et il travaillé ensuite pour la Wirtschaftswoche. Mathias Müller von Blumencron a commencé à travailler pour l'hebdomadaire Der Spiegel en 1992, d'abord en tant que rédacteur à la rubrique Allemagne II, puis comme correspondant à Washington et à New York; rédacteur en chef de Spiegel Online à partir de 2000, il a été corédacteur en chef de ce magazine de 2008 à 2013 et était responsable tant de la rédaction imprimée qu'en ligne.

Sverre Munck

(N/1953) est membre du conseil pour la technologie des médias et l'innovation depuis octobre 2013. Il est un investisseur et administrateur professionnel. Il a étudié les sciences économiques à la Yale University et obtenu son doctorat à la Stanford University en 1983. Après ses études, Sverre Munck a d'abord conseillé le Ministère des finances norvégien, puis travaillé, de 1984 à 1987, pour McKinsey & Company Inc. Il a ensuite pris les rênes de la société Loki AS. En 1994, Sverre Munck est entré au service de l'entreprise Schibsted ASA en tant que Chief Financial Officer, et y est devenu Executive Vice President de la division Multimédia en 1998.

Prêts pour les enjeux de l'avenir numérique



Christoph Tonini,
Président de la Direction générale

L'exercice 2016 fut difficile. Le marché de la publicité imprimée, en repli de plus de 10 pour cent, a connu une évolution beaucoup plus négative que prévu. Afin de remédier à cette évolution en termes de coûts, nous n'avons pas attendu la fin de l'année pour engager des mesures supplémentaires visant à accroître l'efficacité. C'est notamment grâce à ces mesures que notre groupe de médias a pu boucler l'exercice avec un résultat appréciable de 122,3 millions de francs. Nos Classifieds, Marketplaces et Ventures performants, des effets fiscaux ainsi que la vente partielle de notre participation minoritaire dans MoneyPark ont également contribué de manière significative à ce résultat.

En dépit d'un environnement de marché exigeant, la transformation de Tamedia en un groupe de médias numériques s'est encore accélérée. L'an dernier, nos offres journalistiques et commerciales numériques ont pour la première fois contribué pour plus de la moitié à notre résultat opérationnel. C'est l'objectif que nous visions ces dernières années et nous sommes fiers de l'avoir atteint. Cette évolution est d'autant plus remarquable que nos offres numériques consolidées enregistraient encore des pertes en 2012.

Notre nouvelle organisation du marché publicitaire «Tamedia Advertising» est également placée sous le signe de la numérisation. Depuis l'automne 2016, les équipes de vente autrefois décentralisées sont réunies au sein de cette organisation du marché publicitaire centralisée sous la direction de Marcel Kohler. Cette concentration des forces nous permet de répondre plus facilement aux évolutions des souhaits de la clientèle et de développer plus rapidement de nouvelles offres. Tamedia Advertising touche 78 pour cent de la population suisse par voie numérique et s'adresse, tous

médias confondus, à au moins 60 pour cent des habitants dans toutes les régions économiques. Compte tenu de cette portée et grâce à la profondeur unique des données induite par notre solide portefeuille numérique, nous serons en mesure de développer d'autres offres publicitaires innovantes qui amélioreront l'efficacité pour notre clientèle publicitaire et contribueront au financement de notre prestation journalistique.

L'utilisation des médias sur les smartphones suppose notamment une publicité discrète mais néanmoins présente. Tamedia Advertising a mis en place sa propre équipe à cet effet, qui se consacre exclusivement au Native Advertising. Les moyens publicitaires natifs sont élaborés conjointement avec les donneurs d'ordre par une équipe indépendante des rédactions et intègrent la demande de communication du client publicitaire sous une forme journalistique. Idéalement, cette forme de publicité se distinguant à peine des contenus journalistiques tout en étant signalée de façon transparente est également perçue comme une valeur ajoutée par les lecteurs. L'introduction d'une publicité axée sur les centres d'intérêt des groupes cibles au début de l'année dernière et d'une publicité ciblée au sein du réseau Tamedia sur la base de critères sociodémographiques à la fin de l'année a constitué une innovation supplémentaire sur le marché publicitaire suisse.

Parallèlement à la réorganisation de la vente publicitaire, nous avons également regroupé les équipes d'édition et de marketing de nos quotidiens et hebdomadaires payants ainsi que des magazines sous une direction commune. Serge Reymond a pris la tête du secteur «Médias payants». Ce nouveau secteur, qui inclut les équipes d'édition et de

marketing mais aussi les rédactions des quotidiens et hebdomadaires payants ainsi que des magazines, se chargera notamment du développement d'offres payantes numériques. Les tirages et les chiffres des lecteurs des quotidiens régionaux imprimés reculent également en 2016, à l'instar du marché global, alors que l'utilisation numérique a de nouveau progressé, notamment sur une base quotidienne. Depuis février 2016, tous nos quotidiens régionaux disposent d'un modèle numérique payant et nous avons lancé une nouvelle offre en Suisse romande à l'automne, avec l'édition du soir numérique Le Matin du Soir. Notre objectif déclaré consiste à multiplier les 28 000 abonnements numériques actuels au cours des prochaines années et à concevoir une offre encore plus intéressante pour nos abonnés actuels.

Informations de segment

en CHF 000

	2016	2015
Publications Régionales	470 720	519 840
Publications Nationales	354 363	376 076
Digital	228 344	221 017
Éliminations intersegment	(48 647)	(53 131)
Chiffre d'affaires	1 004 779	1 063 802
Publications Régionales	(402 800)	(438 067)
Publications Nationales	(289 220)	(303 570)
Digital	(143 044)	(150 621)
Éliminations intersegment	31 248	71 904
Charges d'exploitation et part du résultat dans des sociétés associées/coentreprises	(803 815)	(820 354)
Publications Régionales	67 920	81 772
Publications Nationales	65 143	72 506
Digital	85 300	70 396
Éliminations intersegment	(17 399)	18 773
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	200 964	243 447
Publications Régionales	14,4%	15,7%
Publications Nationales	18,4%	19,3%
Digital	37,4%	31,9%
Marge EBITDA	20,0%	22,9%

Début 2017, le secteur Digital a donné naissance à deux secteurs: «Rubriques & Places de marché» et «IT & Participations». Cette nouvelle organisation tient compte de l'importance croissante de nos activités numériques, qui sont devenues ces dernières années un moteur important de notre résultat sous la direction de Christoph Brand. Une informatique centralisée qui englobera à la fois le Publishing et le Corporate IT mais aussi les Digital Technology Services verra en outre le jour pour la première fois dans le nouveau secteur «IT & Participations» sous la direction de Samuel Hügli.

Le développement des compétences numériques a cependant aussi progressé dans tous les autres secteurs. Alors que les

rédactions se sont focalisées sur l'approfondissement du dialogue avec les utilisateurs, le développement de l'offre vidéo ainsi que la formation initiale et continue dans le domaine du journalisme d'investigation et de données, notre compétence en matière de développement a progressé grâce à des développeurs et analystes de données supplémentaires. Dans le domaine des médias payants, nous avons en outre constitué une nouvelle équipe qui se consacrera entièrement au développement de produits numériques et au marketing numérique.

20 Minuten sert de base à de nouvelles offres nombreuses et leur assure une portée incomparable. L'an dernier, la marque de news leader en Suisse a déjà réalisé autour de 40 pour cent du résultat grâce aux chiffres d'affaires de la publicité numérique. En investissant dans Heute, le journal autrichien pour pendulaires au plus fort tirage, et dans le portail d'information heute.at, nous élargissons par ailleurs notre portefeuille dans le domaine des médias pour pendulaires. Tout comme L'essentiel au Luxembourg et Metroexpress au Danemark avant eux, Heute et heute.at profiteront également de notre réseau de médias pour pendulaires et partageront une plateforme technique qui leur offrira des avantages substantiels en termes de coûts et de développements. Les rédactions échangeront par ailleurs des articles, des photos et de plus en plus de contenus vidéo. Au Danemark, le journal pour pendulaires Metroexpress, qui a été en mesure de développer sa position de leader sur le marché des lecteurs ces dernières années, a conclu un partenariat avec le quotidien BT. La filiale commune détenue à 30 pour cent par Tamedia doit être dans le vert dès la fin 2017. Ensemble, les versions imprimées de BT et Metroexpress touchent le lectorat le plus important et les titres souhaitent parvenir au même résultat numérique auprès des utilisateurs au Danemark d'ici à 2018.

Grâce à notre nouvelle identité, la mutation numérique de Tamedia, qui devient le plus grand groupe de médias numériques de Suisse, se manifeste également d'un point de vue visuel depuis le début de cette année. Le nouveau logo symbolise un T qui se fonde sur le lettrage historique du Tages-Anzeiger, tout en renvoyant à l'avenir numérique par son esthétique. La nouvelle identité, avec une nouvelle police et davantage de couleurs, incarne les valeurs, les qualités et les objectifs communs de tous les collaborateurs de nos médias de News, Classifieds, Marketplaces et Ventures. «Sois curieux», tel est notre nouveau slogan. Conformément à cette devise, en cette année 2017, nous abordons les opportunités et les défis de la transformation numérique avec curiosité, ouverture d'esprit et enthousiasme, parce que nous sommes prêts pour les enjeux de l'avenir numérique.



Christoph Tonini

Président de la Direction générale



Christoph Tonini



Christoph Brand



Ueli Eckstein



Samuel Hügli



Marcel Kohler



Sandro Macciacchini



Serge Reymond



Andreas Schaffner

Christoph Tonini

Directeur général

Christoph Brand

Rubriques & Places de marché

Ueli Eckstein

Médias régionaux Suisse alémanique

Christoph Tonini (CH/1/1969) est président du comité de direction 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 directeur du département Digital & 20 Minuten. Depuis 2007, il a en outre été 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 (CH/1969) est membre du comité de direction depuis le 1^{er} octobre 2012 et directeur du département Rubriques & Places de marché. 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, avant d'intégrer Tamedia. Auparavant, il était CEO chez Bluewin et a occupé plusieurs postes d'encadrement chez Swisscom, en dernier lieu celui de Chief Strategy Officer et de membre de la direction du groupe. Parallèlement à ses activités opérationnelles, Christoph Brand a notamment siégé aux Conseils d'administration de Directories, de Cinetrade, de Swisscom Mobile et de Micronas. Christoph Brand a étudié l'économie à l'Université de Berne de 1989 à 1995 et a suivi l'Advanced Management Programme de l'INSEAD, qu'il a terminé en 2000.

Ueli Eckstein (CH/1952) était membre du comité de direction depuis septembre 2009 jusqu'à décembre 2016 et assumait 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 entre autres 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 Zurich (TGZ) et de la Controller-Akademie Gauting en Allemagne.

Ueli Eckstein continuera de travailler pour Tamedia au-delà de la date légale de sa retraite prévue pour mi-2017, en tant que responsable des projets spéciaux dans le domaine éditorial, et sera directement rattaché à Christoph Tonini, Président de la direction générale.

Samuel Hügli
IT & Participations

Samuel Hügli (CH/1970) est membre du comité de direction depuis janvier 2017. Il est en charge de la division IT & Participations, qui gère notamment les plateformes doodle.com, meekan.com, olmero.ch/renovero.ch et starticket.ch. Samuel Hügli a assumé diverses fonctions chez Ringier entre 2000 et 2011. En qualité de responsable du département Technique & Informatique, et précédemment de Group CIO, il a été en charge du service informatique du groupe de médias avant d'être nommé CFO en 2007. Dès 2012, Samuel Hügli a été consultant d'entreprise indépendant pour plusieurs sociétés en Suisse et en Afrique du Sud, et membre de différents conseils d'administration. Typographe de profession, il a réalisé plusieurs formations de management, entre autres à la ZfU, à la Business School de St-Gall et à la London Business School. Il a par ailleurs suivi une formation en Strategic Business Management à l'université du Cap en Afrique du Sud.

Marcel Kohler
Publicité & Médias Pendulaires

Marcel Kohler (CH/1960) est membre du comité de direction et responsable du département Publicité & Médias Pendulaires depuis janvier 2013. Auparavant, il a dirigé depuis 2006 l'alliance de médias 20 Minuten. 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 par la suite devenu chef de vente, chef des annonces, puis directeur d'édition adjoint. Marcel Kohler a par ailleurs été membre du groupe de projet responsable du lancement de l'hebdomadaire 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
Finances & Ressources humaines

Sandro Macciachini (CH/1966) est membre du comité de direction depuis le 1er 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 achevé son doctorat en avril 2003 avec une thèse consacrée au droit des médias. En 2006, Sandro Macciachini a terminé un perfectionnement CAS en finances et comptabilité. Il a obtenu le Master of Advanced Studies Corporate Finance en 2009.

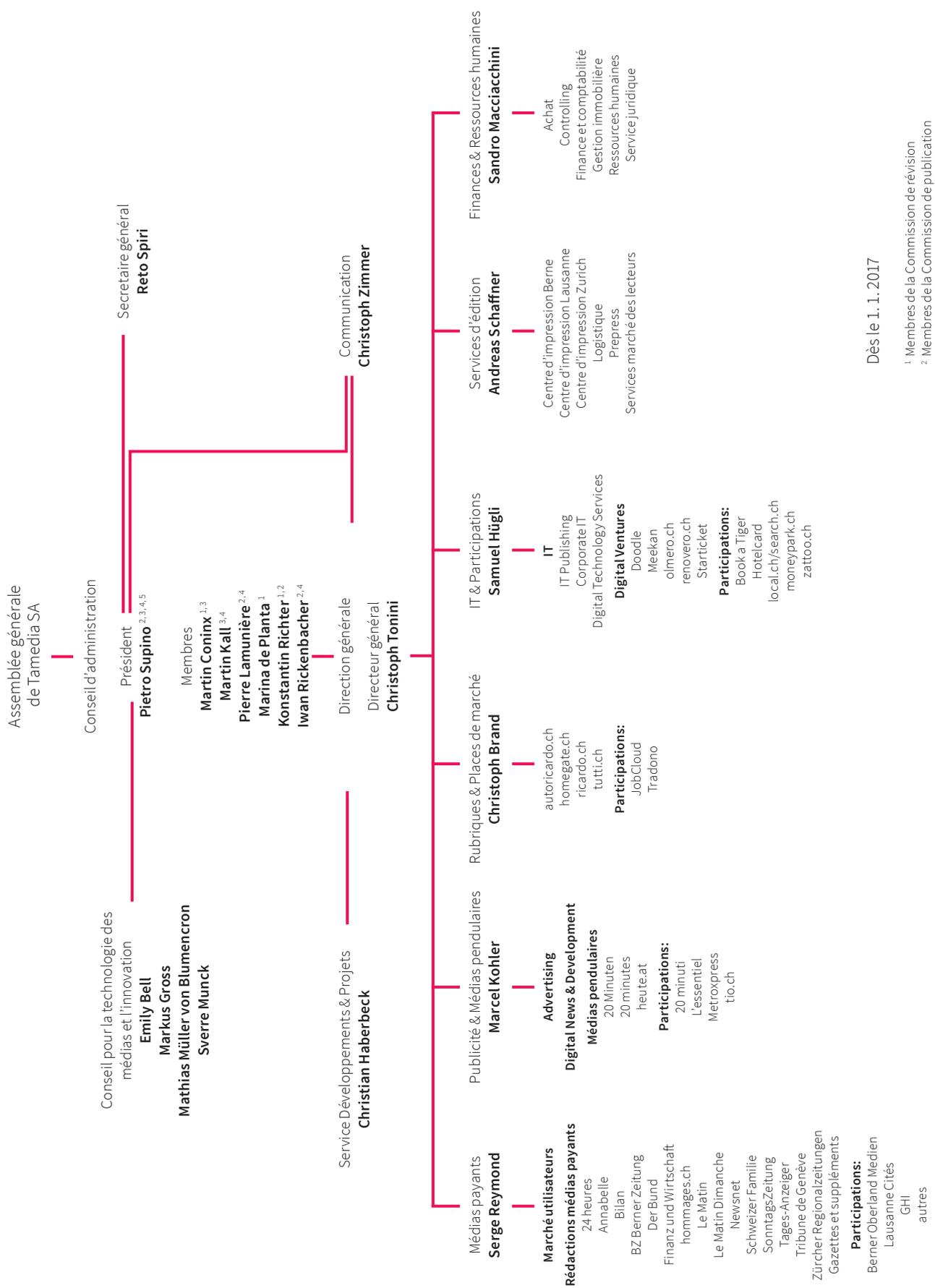
Serge Reymond
Médias payants

Serge Reymond (CH/1963) est membre du comité de direction de Tamedia depuis le 1er mai 2011. Il est en charge du département Médias payants. Il est par ailleurs un associé de Power Matrix Sàrl depuis fin 2015. 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, en 1997, 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 1er juin de la même année, il a repris la présidence de la direction d'Edipresse Suisse.

Andreas Schaffner
Services d'édition

Andreas Schaffner (CH/F/1963) est membre du comité de direction et dirige le département Services d'édition depuis le 1er novembre 2009. A ce poste, il est responsable des centres d'impression de Berne, Zurich et Lausanne, des départements Pré-presses et Logistique d'édition ainsi que des services 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.



Dès le 1. 1. 2017

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 Président du Conseil pour la technologie des médias et l'innovation

Compte rendu opérationnel et environnement de marché	12
Analyse du marché	12
Publications Régionales	14
Publications Nationales	18
Digital	22
Vue d'ensemble des secteurs (sous forme d'illustration)	24
Compte rendu financier	25
Présentation des comptes	25
Variations dans le périmètre de consolidation	25
Chiffre d'affaires	26
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	26
Revenu net	27
Bilan et fonds propres	28
Comparaison pluriannuelle	31
Informations à l'attention des investisseurs	32
Groupe Tamedia	34
Compte de résultat consolidé	34
Bilan consolidé	36
Tableau de financement consolidé	37
Variation des fonds propres	38
Participations	39
Actionnaires principaux	41
Événements importants intervenus après la clôture du bilan	42

Analyse du marché

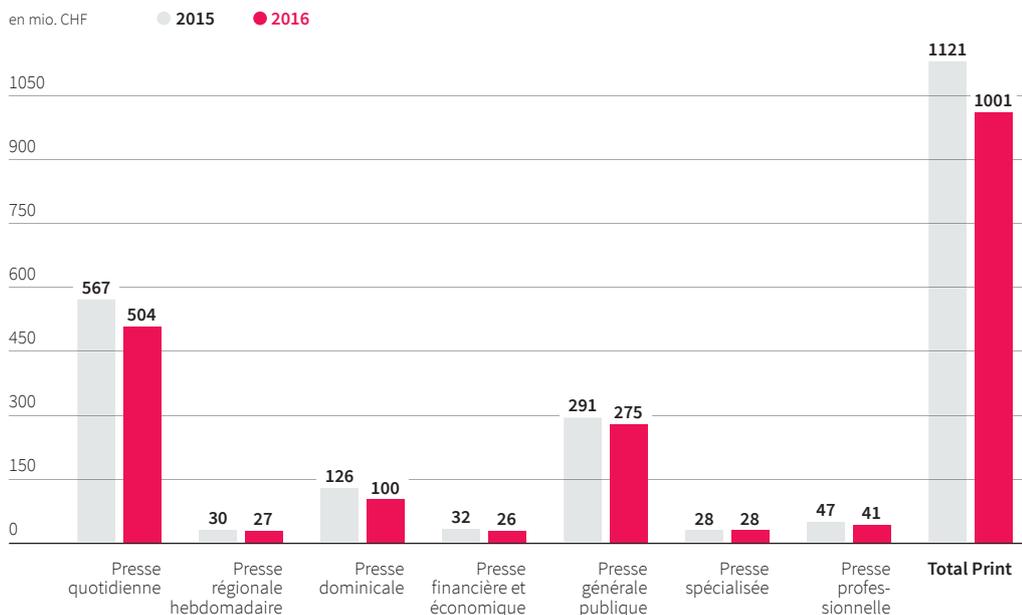
Évolution du marché de la publicité imprimée à contre-courant de la conjoncture suisse

L'économie mondiale a continué à croître de manière modérée en 2016. Alors que la croissance aux États-Unis est restée en deçà des attentes au premier semestre, l'économie américaine a fortement progressé à partir du troisième trimestre, sous l'impulsion des dépenses de consommation privée et surtout du commerce extérieur. Le marché de la zone euro a poursuivi son redressement au cours de l'exercice sous revue, s'appuyant notamment sur la consommation privée et les dépenses publiques. L'effondrement du moteur économique chinois redouté depuis des années ne s'est toujours pas produit en 2016. L'économie suisse a profité de cette situation économique mondiale positive et a globalement progressé. Cette évolution a principalement été portée par le commerce extérieur et par une consommation privée, qui n'a pourtant pas totalement répondu aux attentes. En 2016, le taux de chômage était de 3,3 pour cent en moyenne annuelle, ce qui représente une hausse de 0,1 point de pourcentage par rapport à l'exercice précédent.

Pour la première fois, Media Focus, une coentreprise de l'Institut d'études de marché GfK Switzerland AG et de The Nielsen Company (Switzerland) GmbH, a pris en compte la publicité de Search dans son étude du marché publicitaire, adaptant rétroactivement les informations jusqu'en 2014. Bien que la réalité soit ainsi mieux reflétée, les impressions publicitaires brutes sur le marché publicitaire suisse n'ont enregistré qu'une progression marginale de 3,7 millions de francs par rapport à l'exercice précédent, soit une hausse de 0,07 pour cent. Les branches Loisirs/tourisme (+16 millions de francs), Alimentation (+14 millions de francs) et Commerce de détail (+8,9 millions de francs) en particulier ont enregistré une augmentation des impressions publicitaires. Les dépenses publicitaires des branches Finances, Manifestations ainsi que Cosmétiques et soins corporels, respectivement supérieures à 10 millions de francs, ont en revanche diminué par rapport à l'exercice précédent.

L'an dernier, les parts de marché des différentes catégories de médias ont de nouveau évolué dans un sens défavorable à la publicité dans les médias imprimés. Ainsi, les journaux et magazines détiennent certes toujours la plus grande part du marché publicitaire (39 pour cent) mais perdent cependant plus de

Dépenses publicitaires nettes Print 2016



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

5 pour cent des recettes publicitaires par rapport à l'exercice précédent. A contrario, les médias électroniques, qui incluent la télévision, la radio, le cinéma, le télétexte et Internet, ont accru leurs revenus publicitaires de près de 3 pour cent, avec une part de marché atteignant pratiquement 49 pour cent. De même, la publicité extérieure a enregistré une hausse significative de 8 pour cent, s'arrogeant ainsi 12 pour cent du gâteau publicitaire. La publicité en ligne, qui inclut désormais aussi la publicité Search, représente déjà 12 pour cent du chiffre d'affaires publicitaire. Pour certains produits et branches, tels l'électroménager, les articles de bricolage, le marché financier et le secteur de la mode, la part de la publicité numérique était nettement supérieure à 20 pour cent, selon Media Focus.

Alors que les parts de marché de la statistique de Media Focus ne mesurent que l'impression publicitaire brute, la statistique des annonces de la REMP Recherches et études des médias publicitaires s'appuie sur les recettes publicitaires nettes déclarées par les groupes de presse. La statistique des annonces donne donc un reflet plus fiable de l'évolution du marché. Globalement, la presse écrite a perdu 11 pour cent de son chiffre d'affaires en 2016. Tous les secteurs de la presse ont subi une baisse des recettes d'annonces. Cette dernière est particulièrement significative pour la presse dominicale, dont les recettes publicitaires ont diminué de 21 pour cent. La presse quotidienne 1, qui tire à plus de 50 000 exemplaires, affiche un important recul, perdant 11 pour cent en comparaison annuelle. La presse généraliste a en revanche moins reculé par rapport à l'exercice précédent, avec une perte de 5 pour cent. Les annonces imprimées ont connu une évolution divergente par rapport au marché de l'emploi. Selon l'indice Adecco Swiss Job Market, par rapport à l'exercice précédent, le recrutement a progressé de 12 pour cent jusqu'au troisième trimestre 2016. Les offres d'emploi dans la presse imprimée n'ont pas profité de cette tendance. Selon la statistique des annonces de la REMP, leur chiffre d'affaires a baissé de 17 pour cent en comparaison annuelle.

L'économie étant sortie d'une période de stagnation au cours de l'exercice sous revue, les instituts de recherches conjoncturelles et les banques tablent sur une poursuite, voire une accélération de la croissance en 2017, en raison des impulsions toujours positives de l'économie mondiale. Compte tenu de la dissociation entre la publicité dans les médias imprimés et l'évolution conjoncturelle, Tamedia s'attend à une nouvelle baisse du chiffre d'affaires correspondant durant l'année en cours. Nous pensons en revanche que nos plateformes publicitaires pourront profiter du transfert de la publicité dans le réseau.

BZ BERNER ZEITUNG
BZ LANGENTHALER TAGBLATT
 THUNER TAGBLATT
 BERNER OBERLÄNDER

Tages-Anzeiger

Der Bund

24heures

**Tribune
deGenève**

Publications Régionales

Au cours de l'exercice sous revue, le marché publicitaire pour les quotidiens régionaux a subi une baisse substantielle et constitué un défi particulier pour les médias du secteur Publications Régionales. Les annonces dans la presse quotidienne et dans la presse hebdomadaire régionale, si importantes pour Tamedia, ont notamment enregistré un recul significatif. La baisse structurelle s'est accélérée, malgré la stabilité de la situation économique. Grâce à des mesures systématiques d'amélioration de l'efficacité et à des modèles de collaboration performants, le secteur Publications Régionales a malgré tout terminé l'année sur un solide résultat.

En 2016, les quotidiens régionaux de Tamedia ont une nouvelle fois été performants en termes de contenus. Ce n'est pas un hasard si plusieurs travaux des équipes du journal Berner Zeitung et de Tages-Anzeiger/Newsnet ont été récompensés par un European Newspaper Award. La 12-App qui propose quotidiennement les douze meilleurs articles des médias de Tamedia, a également été primée. Cette application innovante s'est établie avec succès depuis son lancement et a conquis un lectorat fidèle.

La conception des blogs sur les plateformes d'information de tous les journaux régionaux a été mise à jour et la nouvelle chronique Culture de la consommation a été introduite. Les différents titres régionaux ont en outre enrichi leur offre numérique pour leur lectorat. Der Bund a ainsi lancé le projet «Stadtgespräch» (débat urbain), grâce au financement du fonds d'innovation Tamedia pour des idées exceptionnelles.

Ce forum numérique a pour objectif d'accroître les interactions avec les lecteurs. Le journal Berner Zeitung, implanté dans la même région, a lancé la série «BEsonders» (Spécial) en collaboration avec l'école de journalisme suisse MAZ. Au milieu de chaque mois, la plateforme en ligne du titre dresse le portrait d'individus hors du commun en les présentant à ses lecteurs au moyen de films esthétiques et d'entretiens personnels.

Les deux titres de Suisse romande, 24heures et la Tribune de Genève, ont annoncé l'approfondissement de leur collaboration à l'automne 2016. Des capacités ont été libérées afin de renforcer la couverture locale, grâce à une collaboration accrue sur des thématiques suprarégionales. Au printemps 2017, 24heures et la Tribune de Genève présenteront leur nouvelle offre aux lecteurs.

Il y a également eu des changements en Suisse alémanique. Une nouvelle salle de rédaction a ainsi été aménagée au siège de la rédaction du Landbote dans la vieille ville de Winterthur, alors que la rédaction de la Zürichsee-Zeitung a transféré son siège principal de Stäfa dans de nouveaux bureaux modernes à Wädenswil. Le groupement des journaux régionaux zurichois auquel appartiennent le Landbote et la Zürichsee-Zeitung mais aussi le Zürcher Unterländer a en outre introduit un nouveau modèle numérique payant.

Tamedia s'est séparée du journal local Journal de Morges au cours de l'exercice 2016. La ville de Zurich a lancé

Der
Landbote

Zürichsee-Zeitung

Sihltaler

Thalwiler Anzeiger

Zürcher Unterländer

Tagblatt
FURTTALER
RÜMLANGER

 Centre d'Impression
Lausanne
 Druckzentrum
Bern
 Druckzentrum
Zürich

un nouvel appel d'offres pour le journal officiel municipal, conformément au droit des marchés publics. Le Tagblatt der Stadt Zürich a convaincu dans le cadre de l'appel d'offres et reste le journal officiel de la ville de Zurich. La collaboration réussie avec la ville qui s'est forgée depuis des décennies peut ainsi se poursuivre.

Les médias régionaux alémaniques ont majoritairement défendu leur fort rayonnement régional auprès des lecteurs. Globalement, ils ont touché plus de lecteurs que l'année précédente, grâce à un nombre croissant d'utilisateurs des plates-formes d'information numériques. Les médias régionaux romands ont également touché davantage de personnes dans la perspective combinée des lecteurs et des utilisateurs mais la couverture des journaux imprimés a reculé.

Les secteurs de la vente et de l'édition des médias de news ont été réorganisés début 2017 afin de tenir compte de l'évolution du marché et d'élaborer de nouvelles offres. Jusqu'à présent, les médias étaient répartis selon des critères linguistiques, géographiques ou spécifiques aux produits, alors qu'ils s'articulent désormais autour des secteurs Médias payants ainsi que Médias pour pendulaires et marché publicitaire. Des informations complémentaires à ce sujet sont disponibles dans le rapport du secteur Publications Nationales.

Les trois centres d'impression de Tamedia – Centre d'Impression Lausanne, Druckzentrum Bern et Druckzentrum Zürich – ont obtenu la deuxième étoile «EFQM Committed to

Excellence». Durant l'exercice sous revue, les centres d'impression ont une nouvelle fois contribué de manière significative à la réduction des charges des titres, en conservant leur taux d'utilisation élevé, grâce à la prise en charge de commandes externes additionnelles, notamment des mandats d'impression de Zehnder Druck.

Le chiffre d'affaires du secteur Publications Régionales à l'égard de tiers a baissé de 9,3 pour cent en 2016 pour s'établir à 425,2 millions de francs (exercice précédent: 468,8 millions de francs). La baisse du chiffre d'affaires résulte de la fermeture de l'imprimerie de labeur à Winterthour mais plus encore d'un marché publicitaire en fort repli. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a baissé de ce fait de 16,9 pour cent, à 67,9 millions de francs (exercice précédent: 81,8 millions de francs), ce qui s'est également répercuté sur la marge EBITDA, qui s'élève désormais à 14,4 pour cent (exercice précédent: 15,7 pour cent).

Total Audience

Combinaisons de médias	Total Audience ¹ 2016-2	Total Audience ¹ 2015-2	Variation
20 Minuten D-CH GES/20min.ch D-CH	3 093 000	2 988 000	3,5%
20 Minuten Friday/friday-magazine.ch	1 013 000	954 000	6,2%
20 Minuten National GES/20 Minuten Online & Tio.ch	4 178 000	4 041 000	3,4%
20 Minutes F-CH éd. totale/20min.ch W-CH	1 119 000	1 085 000	3,1%
20 Minuti I-CH/tio.ch	283 000	259 000	9,3%
24 Heures éd. totale/24heures.ch	553 000	496 000	11,5%
24 Heures, TdG, Le Matin/Newsnet W-CH	1 143 000	1 117 000	2,3%
24 Heures, BaZ, BZ/Bund GES, TA, TdG, Le Matin/Newsnet National	3 186 000	3 102 000	2,7%
Annabelle/annabelle.ch	395 000	357 000	10,6%
Berner Zeitung/Bund/Newsnet Bern (BZ/Bund GES/ Newsnet Bern)	846 000	794 000	6,5%
Bilan/bilan.ch	175 000	128 000	36,7%
Femina/femina.ch	324 000	376 000	-13,8%
Finanz und Wirtschaft/fuw.ch	196 000	171 000	14,6%
Le Matin/LeMatin.ch	778 000	754 000	3,2%
Metropool/Newsnet D-CH	2 187 000	2 108 000	3,7%
SonntagsZeitung/sonntagszeitung.ch	680 000	671 000	1,3%
Tages-Anzeiger/tagesanzeiger.ch	1 554 000	1 438 000	8,1%
Tribune de Genève/tdg.ch	506 000	493 000	2,6%

Source: REMP SA, Total Audience 2016-2 et 2015-2, CH; lecteurs et Unique User par mois; valeurs arrondies au millier

¹ D'un point de vue méthodologique, l'étude Total Audience 2015-2 repose sur les études d'audience MACH Basic 2015-2 (enquête: avril 2014-mars 2015) et NET-Matrix Profile 2015-1 (enquête: octobre 2014-décembre 2014). D'un point de vue méthodologique, l'étude Total Audience 2016-2 repose sur les études d'audience MACH Basic 2016-2 (enquête: avril 2015-März 2016) et NET-Matrix Profile 2016-1 (enquête: octobre 2015-décembre 2015).

Lectorat

Titre	MACH ¹ 2016-2	MACH ¹ 2015-2	Variation
20 Minuten D-CH GES	1 369 000	1 473 000	-7,1%
20 Minuten Friday	425 000	481 000	-11,6%
20 Minutes F-CH éd. totale	502 000	536 000	-6,3%
20 Minuti I-CH	88 000	88 000	0,0%
24 Heures éd. Totale	168 000	175 000	-4,0%
Annabelle	241 000	218 000	10,6%
Bernerbär	83 000	83 000	0,0%
Bilan	59 000	48 000	22,9%
BZ/Bund GES (édition totale BZ Berner Zeitung, incl. Der Bund)	339 000	339 000	0,0%
Das Magazin	597 000	593 000	0,7%
Der Landbote	54 000	54 000	0,0%
Femina	251 000	294 000	-14,6%
Finanz und Wirtschaft	89 000	92 000	-3,3%
GuideTV	208 000	192 000	8,3%
Le Matin	239 000	296 000	-19,3%
Le Matin Dimanche	418 000	463 000	-9,7%
Metroxpress	509 000 ²	503 000 ²	1,2%
Schweizer Familie	646 000	651 000	-0,8%
SonntagsZeitung	624 000	622 000	0,3%
Tagblatt der Stadt Zürich	106 000	125 000	-15,2%
Tages-Anzeiger	460 000	457 000	0,7%
Télétop Matin	274 000	307 000	-10,7%
Tribune de Genève	107 000	120 000	-10,8%
TV täglich	525 000	540 000	-2,8%
Zürcher Unterländer	46 000	49 000	-6,1%
Zürichsee-Zeitung	67 000	59 000	13,6%

Source: REMP SA, MACH Basic 2016-2 et 2015-2, CH; valeurs arrondies au millier

1 Concerne lectorat: période de l'enquête MACH Basic 2016-2: 8 avril 2015 jusqu'au 24 mars 2016; période de l'enquête MACH Basic 2015-2: du 9 avril 2014 au 29 mars 2015

2 Source: TNS Gallup, 2/3 trimestre 2015 et 2/3 trimestre 2016 sous <http://www.tns-gallup.dk/statistik/laesertal>









Publications Nationales

L'an dernier, le marché publicitaire a fortement reculé, notamment pour la presse dominicale et généraliste, ce qui a eu une incidence particulièrement sensible sur l'évolution du chiffre d'affaires et des résultats des médias du secteur Publications Nationales. Les médias du groupe 20 Minuten, le magazine Schweizer Familie ainsi que le journal Sonntags Zeitung ont échappé à cette tendance en terminant l'exercice sur un résultat en progression par rapport à l'année précédente.

En 2016, Tamedia a pris une participation de 25,5 pour cent dans le journal pour pendulaires autrichien Heute ainsi qu'une participation majoritaire de 51 pour cent dans la société numérique heute.at. Tamedia apporte avant tout une technologie, un savoir-faire et des contenus afin d'accélérer la croissance des offres numériques de heute.at. Grâce à cette collaboration, le groupe 20 Minuten opère désormais dans quatre pays: la Suisse, le Luxembourg, le Danemark et l'Autriche. Au Danemark, le journal pour pendulaires Metroxpress a conclu un partenariat avec le quotidien BT en créant une société d'édition conjointe, qui doit être bénéficiaire dès la fin de l'année. Tamedia détient 30 pour cent des parts de la nouvelle entreprise. Ensemble, les versions imprimées de BT et Metroxpress touchent le lectorat le plus important et les titres souhaitent parvenir au même résultat numérique auprès des utilisateurs au Danemark d'ici à 2018.

L'offre du groupe 20 Minuten a également été élargie en Suisse. L'ancienne plateforme consacrée à la vie nocturne

tilllate.ch a par exemple donné naissance à 20 Minuten Tilllate. En seulement un an, cette plateforme s'est positionnée avec succès comme le nouveau canal jeunesse de 20 Minuten avec une focalisation sur les contenus progressistes et créatifs du monde entier. Avec PaperGirl et Flame, 20 Minuten a en outre lancé deux applications destinées à un jeune public. Fidèle à la tradition des quotidiens des XIX^e et XX^e siècles, 20 Minuten a publié à l'automne un feuilleton, en collaboration avec les éditions Diogenes.

Les applications ainsi que le portail d'information du quotidien romand Le Matin ont été renouvelés et son offre d'information et de divertissement a été enrichie et modernisée. Le Matin a en outre lancé la nouvelle édition numérique du soir Le Matin du Soir. Celle-ci propose des articles de fond sur des sujets d'actualité, complétés par des vidéos et des graphiques. Le Matin Dimanche avec les suppléments Encore, Femina et Télétop Matin, a notamment fait parler de lui avec son édition spécialisée consacrée aux robots. La rédaction a présenté cette thématique selon différentes perspectives et déniché les pionniers suisses de la robotique. Au cours de l'exercice sous revue, le journal SonntagsZeitung s'est hissé pour la première fois au rang de titre dominical le plus lu en Suisse et a publié, conjointement avec d'autres journaux de Tamedia, dont le Matin, un jeu innovant de cartes à collectionner et à échanger intitulé «Absents» (hors jeu) à l'occasion de l'Euro 2016. Ce jeu évoque notamment les dérives du foot-business mondial et a été



Bilan

**FINANZ und
WIRTSCHAFT**

annabelle

DAS MAGAZIN

**TRIBUNE
DES ARTS**

GuideTV

proposé gratuitement. Les contenus du jeu ont été élaborés par deux journalistes d'investigation réputés, suisse et français.

Le magazine économique Bilan a complété son offre par une application, qui propose notamment aux lecteurs des reportages vidéo ou des enregistrements de concerts légendaires de l'histoire du Montreux Jazz Festival.

Le magazine Schweizer Familie a publié un supplément de 40 pages axé sur la «Suisse souterraine» en relation avec la thématique du tunnel de base du Gothard. Ainsi, l'attention s'est focalisée pour une fois sur les espaces souterrains et tunnels, qui offrent de la place pour l'eau, la circulation, la défense, la protection civile et la recherche ainsi que pour les données électroniques sensibles.

Les secteurs de la vente et de l'édition des médias de news ont été réorganisés début 2017 afin de tenir compte de l'évolution du marché. Jusqu'à présent, les titres étaient répartis selon des critères linguistiques, géographiques ou spécifiques aux produits, alors qu'ils s'articulent désormais autour des secteurs Médias payants ainsi que Médias pour pendulaires et marché publicitaire. Cette nouvelle structure facilite la collaboration de plus en plus étroite entre les médias payants et l'élaboration conjointe d'offres pour le marché publicitaire.

Au cours de l'exercice sous revue, les journaux et magazines suprarégionaux de Tamedia ont de nouveau atteint davantage d'utilisateurs, grâce à leurs éditions imprimées et numériques. Soulignons l'évolution satisfaisante du

magazine féminin Annabelle, du magazine économique Bilan et du journal SonntagsZeitung, qui ont réussi à accroître le lectorat de leur édition imprimée dans un environnement marqué par le repli.

En 2016, le chiffre d'affaires du secteur Publications Nationales à l'égard de tiers a baissé de 5,4 pour cent, à 354,0 millions de francs (exercice précédent: 374,0 millions de francs). Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a par conséquent baissé de 10,2 pour cent pour atteindre 65,1 millions de francs (exercice précédent: 72,5 millions de francs). La marge EBITDA a baissé à 18,4 pour cent (exercice précédent: 19,3 pour cent).

Tirages

Publication	Tirage ¹ 2016	Tirage ¹ 2015	Variation
20 Minuten GES	442 994	447 552	-1,0%
20 Minuten Friday	151 504	160 126	-5,4%
20 minutes GES	183 498	187 018	-1,9%
20 minuti	31 929	33 117	-3,6%
24Heures GES	57 336	61 117	-6,2%
Annabelle	51 255	66 121	-22,5%
BO Berner Oberländer	16 297	16 801	-3,0%
Bernerbär	96 054	98 286	-2,3%
Bilan	11 441	10 550	8,4%
Der Bund	39 948	42 417	-5,8%
BZ Berner Zeitung Ausgabe Stadt & Region Bern	42 391	43 723	-3,0%
BZ Berner Zeitung GES ²	140 036	146 152	-4,2%
BZ Emmental	13 227	13 802	-4,2%
BZ Langenthaler Tagblatt	10 087	10 718	-5,9%
Das Magazin	329 266	355 340	-7,3%
Der Landbote	26 656	27 811	-4,2%
Femina	114 510	124 675	-8,2%
Finanz und Wirtschaft	24 669	25 172	-2,0%
Furttaler	15 887	15 501	2,5%
GuideTV	134 760	146 588	-8,1%
Le Matin semaine	40 979	44 815	-8,6%
Le Matin Dimanche	113 868	123 806	-8,0%
Metroxpress	320 000 ³	347 000 ³	-7,8%
Rümlanger	3 830	3 828	0,1%
Schweizer Familie	166 692	189 388	-12,0%
SonntagsZeitung	168 662	182 192	-7,4%
Tagblatt der Stadt Zürich	127 950	124 338	2,9%
Tages-Anzeiger	157 323	162 894	-3,4%
Télétop matin	115 519	126 432	-8,6%
Tribune de Genève	37 339	41 213	-9,4%
TT Thuner Tagblatt	18 086	18 691	-3,2%
Zürcher Unterländer	17 040	17 573	-3,0%
Zürichsee-Zeitung	28 927	30 049	-3,7%

Source: REM P SA, contrôle des tirages 2015 et 2016

¹ Tirage distribué total. La période de l'enquête débute le 1er juillet et prend fin le 30 juin de l'année suivante.

² Berner Zeitung tous titres (y c. Der Bund)

³ Indication de l'éditeur sous <http://mxmedia.dk/medier-metroxpress/>

Nombre d'utilisateurs

Sites web	NET-Metrix-Profile ¹ 2016-2	NET-Metrix-Profile ¹ 2015-2	Variation
20 Minuten Friday	772 000	749 000	3,1%
20 minutes Friday	258 000	–	–
20 Minuten Online & Tio.ch Kombi	3 247 000	3 132 000	3,7%
20min.ch D-CH	2 527 000	2 339 000	8,0%
20min.ch W-CH	883 000	909 000	–2,9%
tio.ch	260 000	239 000	8,8%
20 Minuten Tilllate	1 057 000	887 000	19,2%
Bilan	134 000	103 000	30,1%
doodle.com	1 112 000	1 079 000	3,1%
fuw.ch	142 000	93 000	52,7%
homegate.ch	1 919 000	1 206 000	59,1%
local.ch	2 774 000	2 746 000	1,0%
mx.dk	928 000 ²	1 142 327 ²	–18,8%
Newsnet Berne	650 000	518 000	25,5%
bernerzeitung.ch	497 000	418 000	18,9%
derbund.ch	313 000	231 000	35,5%
Newsnet DCH	1 758 000	1 483 000	18,5%
Newsnet National	2 532 000	2 215 000	14,3%
Newsnet SR	924 000	878 000	5,2%
24heures.ch	507 000	429 000	18,2%
LeMatin.ch	619 000	599 000	3,3%
tdg.ch	449 000	401 000	12,0%
PoolFéminin	286 000	224 000	27,7%
annabelle.ch	172 000	148 000	16,2%
femina.ch	117 000	79 000	48,1%
search.ch	2 527 000	2 536 000	–0,4%
sonntagszeitung.ch	106 000	39 000	171,8%
tagesanzeiger.ch	1 396 000	1 156 000	20,8%
trendsales.dk	950 000 ³	1 100 000 ³	–13,6%
Zattoo	877 000	699 000	25,5%

Source: NET-Metrix SA, NET-Metrix-Profile 2016-2 et 2015-2, CH; Unique User (personnes) par mois; valeurs arrondies au millier

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

2 Unique Clients, comparaison novembre 2016 par rapport à novembre 2015, source: FDIM sous <https://doi.tns-clarity.com/Storyboard/RHViewStoryboard.aspx?RId=%C2%B3&RLId=%C2%B3&Pid=%C2%B5%C2%B3%C2%BA%C2%B5&UIId=%C2%B1%C2%B8%C2%B7%C2%BA%C2%B6&Rpld=3>

3 Indications de l'éditeur

JobCLOUD AG

Xhomegate.ch

 ricardo.ch
 autor Ricardo.ch

 tutti.ch

Tradono

Digital

En 2016, le secteur Digital est devenu le secteur le plus performant de Tamedia. Après la forte croissance de ces dernières années, Tamedia s'est concentrée durant l'exercice sous revue sur le développement des Classifieds, Marketplaces, Services et Ventures, regroupés au sein du secteur Digital. Ces plateformes ont connu une évolution positive et ont été en mesure d'accroître leur chiffre d'affaires de 4,4 pour cent et leur EBITDA de 13,2 pour cent, grâce à une croissance organique (pro forma).

La société Jobcloud SA avec ses portails d'offres d'emploi alpha.ch, ictcareer.ch, ingjobs.ch, jobs.ch, jobup.ch, jobs4finance.ch, jobs4sales.ch, jobscout24.ch, jobsuchmaschine.ch, jobwinner.ch, medtalents.ch, stellen.ch et topjobs.ch a été distinguée comme l'un des employeurs les plus attrayants de sa catégorie dans le cadre de l'étude Great Place to Work «Meilleur employeur en Suisse 2016». Ce label de qualité récompense des entreprises de toutes les branches et de toute taille qui se distinguent aux yeux de leurs employés et de l'encadrement par une culture de l'emploi particulièrement digne de confiance, respectueuse et attrayante. Au cours de l'exercice sous revue, les portails d'offres d'emploi ont une nouvelle fois progressé de manière extrêmement satisfaisante et ont poursuivi leur croissance sur un marché de l'emploi stable. La plateforme immobilière homegate.ch, qui a pris une participation majoritaire dans immostreet.ch au printemps 2016 et ainsi renforcé sa position de numéro un sur le marché immobilier, a également enregistré une forte croissance.

S'appuyant sur les feed-backs des utilisateurs et des clients, homegate.ch a remanié les applications mobiles et propose à sa clientèle privée mais aussi commerciale de nouvelles fonctions telles qu'une recherche Draw-a-search intuitive, des visites virtuelles d'appartements et de maisons ainsi que la nouvelle étude «Online Home Market Analysis».

Durant l'exercice sous revue, Tamedia a continué à investir dans le développement de ses places de marché numériques. ricardo.ch AG a ainsi fusionné sur ricardo.ch ses activités Business-to-Consumer et Consumer-to-Consumer précédemment réparties sur deux plateformes. Grâce au regroupement des deux activités, les clients peuvent acquérir des produits neufs et usagés auprès de vendeurs privés et professionnels sur une seule plateforme. La plateforme automobile car4you.ch a été intégrée dans autor Ricardo.ch au cours de l'année. La plateforme de petites annonces numéro un en Suisse tutti.ch a évolué de manière satisfaisante et propose désormais le système de paiement mobile Twint. Après la participation dans la start-up danoise Tradono, le marché aux puces mobile étroitement lié aux canaux des réseaux sociaux, a été lancé en Suisse romande au printemps 2016 et a depuis été progressivement déployé dans d'autres régions. Les ventes de la plateforme danoise de mode Vintage trendsales.dk ont dû être réévaluées, suite à une escroquerie qui a entraîné la séparation immédiate d'avec l'ancien CEO, et les plans de croissance ont dû être adaptés. Eu égard à la position solide de cette plateforme de mode

TRENDSALES

Doodle®

meekan
by Doodle

starticket
PRINT AT HOME

OLMeRO

RENOVERO

Vintage au Danemark, Tamedia a décidé d'injecter des moyens supplémentaires dans l'entreprise afin d'assurer la poursuite de sa croissance.

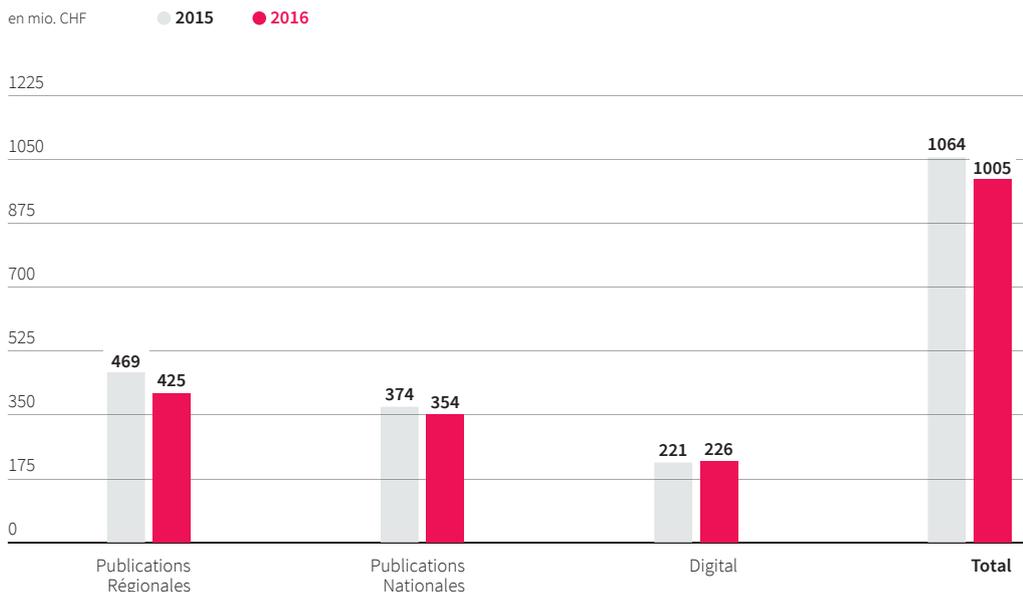
La plateforme de prise de rendez-vous Doodle a repris la start-up israélienne Meekan à l'été 2016. Le chatbot développé par Meekan, qui est déjà utilisé sur des plateformes telles que Slack, est un assistant virtuel qui aide les utilisateurs de Doodle à fixer des rendez-vous. Grâce à l'intelligence artificielle, Meekan est en outre évolutif et s'adapte aux besoins et aux habitudes des utilisateurs. Le portail de billetterie starticket.ch a également progressé au cours de l'exercice, grâce au rachat des activités de billetterie suisses de l'éditeur de logiciels ticketportal. Au dernier trimestre 2016, Ticketcorner et Starticket ont annoncé la conclusion d'un partenariat et leur volonté de créer un groupe de billetterie suisse commun. Ticketcorner Holding AG, qui est détenue à parts égales par le groupe CTS Eventim et Ringier, prendra une participation de 75 pour cent, contre 25 pour cent à Tamedia. À la fin de l'exercice sous revue, cette fusion devait encore être approuvée par la Commission fédérale de la concurrence et devrait être mise en œuvre au premier semestre 2017, une fois l'approbation accordée.

Le site Internet du prestataire numéro un de solutions en ligne pour le secteur suisse de la construction Olmero ainsi que la place de marché pour les donneurs d'ordre et artisans privés renovero.ch ont été modernisés sur un plan technique et visuel.

En 2016, le chiffre d'affaires du secteur Digital à l'égard de tiers a enregistré une croissance modérée de 2,1 pour cent, à 225,6 millions de francs (exercice précédent: 221,0 millions de francs), notamment en raison de corrections du chiffre d'affaires chez Trendsales et de la vente de Swiss Online Shopping AG. La croissance organique des plateformes de JobCloud AG et homegate.ch a notamment contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a progressé de 21,2 pour cent pour atteindre 85,3 millions de francs (exercice précédent: 70,4 millions de francs). La marge EBITDA a très fortement progressé, puisqu'elle ressort à 37,4 pour cent (exercice précédent: 31,9 pour cent).

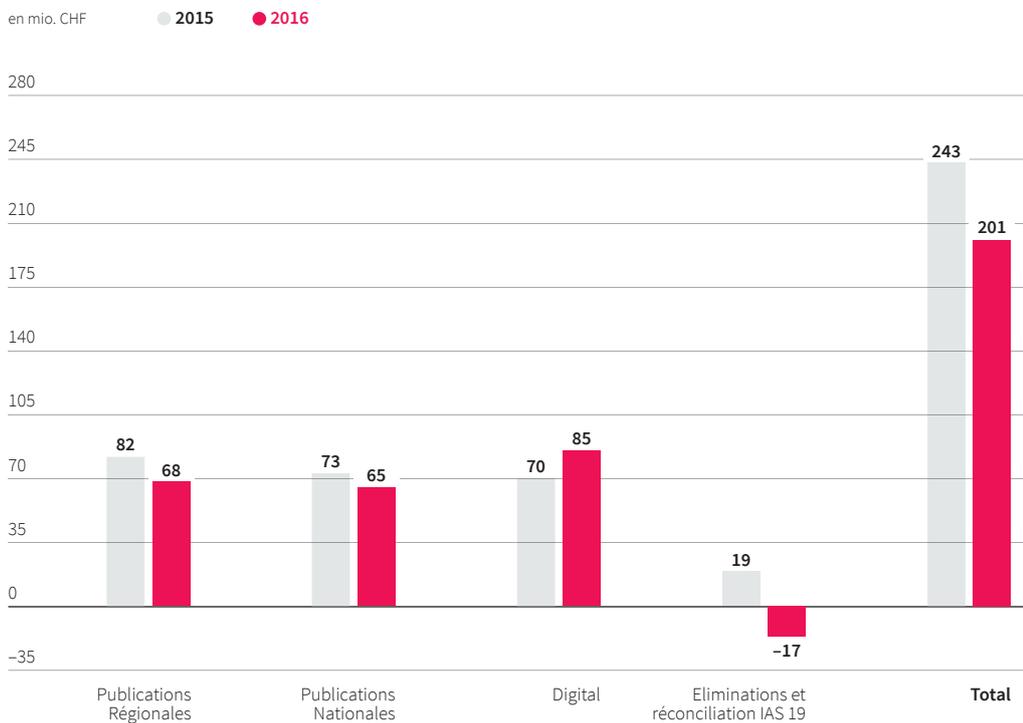
Chiffre d'affaires tiers par segments

Illustration 1



EBITDA par segment

Illustration 2



Aperçu financier

Présentation des comptes

En 2016, Tamedia a introduit les normes et interprétations ci-après, soit nouvelles, soit révisées. Leur première application n'a entraîné aucune modification importante des principes de consolidation et d'évaluation, de la situation patrimoniale et bénéficiaire ou encore de la présentation des comptes consolidés.

- IAS 1, «Initiative concernant les informations à fournir» (amendement de l'IAS 1, «Présentation des états financiers»)
- IAS 16, IAS 38, «Clarification sur les modes d'amortissement acceptables» (amendements de l'IAS 16, «Immobilisations corporelles» et de l'IAS 38, «Immobilisations incorporelles»)
- IFRS 10/IFRS 12/IAS 28, «Entités d'investissement: application de l'exemption de consolidation» (amendement de l'IFRS 10, «États financiers consolidés», de l'IFRS 12, «Informations à fournir sur les intérêts détenus dans d'autres entités», et de l'IAS 28, «Participations dans des entreprises associées et des coentreprises»)
- IFRS 11, «Comptabilisation des acquisitions d'intérêts dans une entreprise commune» (amendement de l'IFRS 11, «Partenariats»)
- IFRS 14, «Comptes de report réglementaires» (nouvelle norme)
- IFRS (2014), «Amélioration des International Financial Reporting Standards»

Variations dans le périmètre de consolidation

Acquisitions

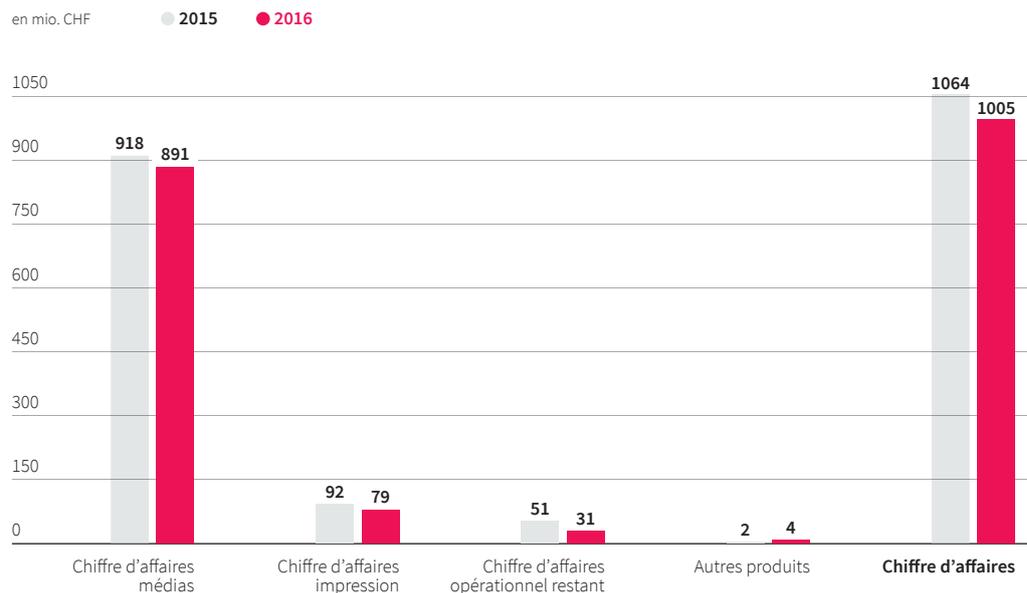
Le 12 février 2016, Tamedia SA a acquis 100 pour cent des parts de la société de commercialisation Adextra AG, ayant son siège à Zurich. Le 11 avril 2016, Homegate SA a repris 80 pour cent supplémentaires d'ImmoStreet.ch S.A., portant ainsi sa participation dans le capital de 20 pour cent à 100 pour cent. La société rachetée exploite la plateforme immobilière immostreet.ch. Le 21 avril 2016, la société de billetterie Starticket SA a acquis 100 pour cent des parts dans l'éditeur de logiciels ticketportal AG, avec ses activités de billetterie en Suisse. Le 28 juin 2016, le planificateur de rendez-vous Doodle SA a acquis 100 pour cent des parts de Meekan Solutions Ltd. ayant son siège en Israël et dont le chatbot agissant comme un assistant virtuel facilite la prise de rendez-vous par les utilisateurs. Le 29 août 2016, Tamedia SA a acquis 51 pour cent des parts de DJ Digitale Medien GmbH, ayant son siège à Vienne, Autriche. DJ Digitale Medien GmbH inclut notamment le volet numérique du journal pour pendulaires autrichien Heute. Le

25

Rapport financier

Illustration 3

Chiffre d'affaires



1^{er} octobre 2016, la société de placement Jobcloud SA a repris 100 pour cent de l'éditeur de logiciels Join-Vision E-Services GmbH ayant son siège à Vienne, Autriche. Ce dernier développe des solutions de recrutement sémantiques multilingues pour l'analyse des dossiers de candidature et le matching automatique de l'offre et de la demande.

Sortie de sociétés consolidées

Le 31 mars 2016, Tamedia SA a acquis 37 pour cent supplémentaires de Swiss Online Shopping AG, portant ainsi sa participation dans le capital de 63 pour cent à 100 pour cent. Le 1^{er} avril 2016, Tamedia SA a cédé sa participation de 100 pour cent dans Swiss Online Shopping AG.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires de Tamedia a diminué de 5,5 pour cent, soit de 59,0 millions de francs, pour s'établir à 1004,8 millions de francs. Ce recul du chiffre d'affaires s'explique par la baisse structurelle du chiffre d'affaires dans les activités existantes, la disparition de l'imprimerie de labour suite à la cessation d'activité de l'imprimerie Ziegler Druck à la fin 2015 et la diminution du chiffre d'affaires de distribution et de marchandises de commerce résultant de la sortie de Swiss Online Shopping AG du périmètre de consolidation. Des informations plus détaillées sur l'évolution du chiffre d'affaires figurent dans le rapport consacré aux différents secteurs.

Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)

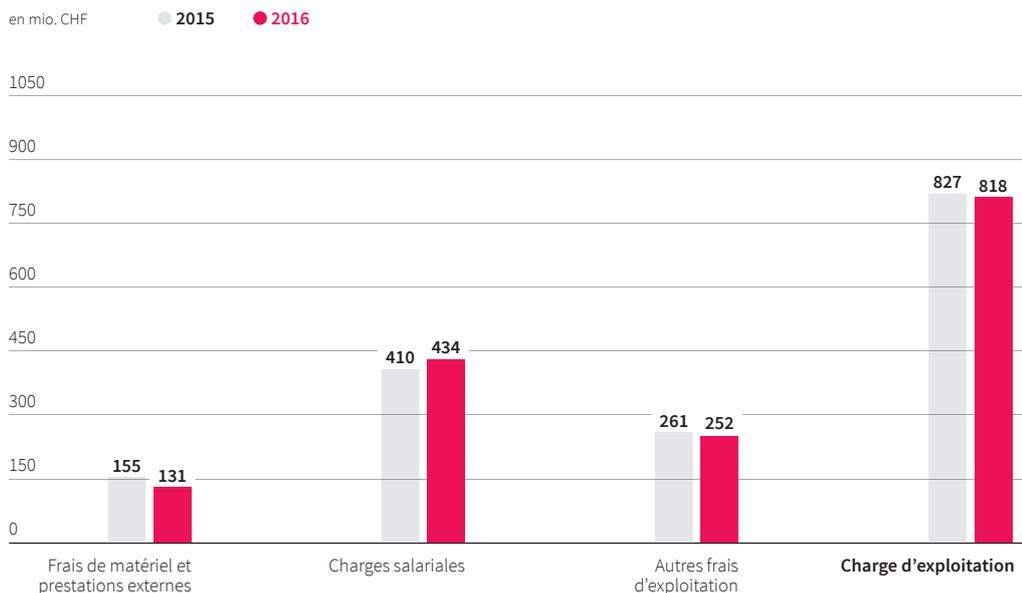
Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a diminué de 42,5 millions de francs, soit une baisse de 17,5 pour cent, à 201,0 millions de francs. La marge EBITDA, qui s'inscrivait à 22,9 pour cent l'exercice précédent, est tombée à 20,0 pour cent.

La part du résultat dans des sociétés associées/coentreprises a progressé de 7,0 millions de francs à 13,7 millions de francs au cours de l'exercice 2016. Cette hausse s'explique par le résultat proportionnel de Swisscom Directories SA, qui a pour la première fois été intégralement pris en compte sur 12 mois dans les comptes consolidés (exercice précédent: 6 mois).

Le résultat d'exploitation (EBIT) a baissé de 13 pour cent ou 17,2 millions de francs et s'inscrit désormais à 113,5 millions de francs. Des dépréciations sur goodwill à hauteur de 11,0 millions de francs ont été prises en compte en 2016 (exercice précédent: 40,3 millions de francs). La marge EBIT a baissé de 12,3 pour cent l'exercice précédent, à 11,3 pour cent.

Charge d'exploitation

Illustration 4



Revenu net

À 122,3 millions de francs, le revenu net de l'exercice 2016 est inférieur de 63 pour cent, ou 211,7 millions de francs, à celui de l'exercice précédent (334,0 millions de francs). Le revenu net attribuable aux actionnaires de Tamedia a diminué de 321,4 millions francs à 104,7 millions de francs, soit un recul de 67 pour cent. Le résultat financier a baissé de 229,1 millions de francs, à 24,1 millions de francs. Un bénéfice de 25,2 millions de francs résultant de la vente de participations a été enregistré en 2016, tandis que ce chiffre s'élevait à 228,1 millions de francs l'exercice précédent. Le bénéfice généré par la vente de participations en 2016 inclut le bénéfice réalisé sur la vente de la participation de 14 pour cent dans MoneyPark AG, correspondant à la différence entre le prix de vente et la valeur comptable sortante au prorata de la participation associée ainsi que la revalorisation résultant de la première réévaluation de la participation restante de 6 pour cent à la valeur de marché. Un résultat de liquidation de 210,2 millions de francs a été enregistré l'année précédente avec la déconsolidation de search.ch SA. Les réévaluations des engagements de Tamedia par rapport à l'acquisition de parts minoritaires comptabilisées dans les autres produits financiers ont contribué au résultat financier à hauteur de 4,9 millions de francs (exercice précédent: 6,1 millions de francs). La perte résultant de la vente de Swiss Online Shopping AG s'élève à 0,7 million de francs. Les autres charges financières incluent des dépréciations sur les sociétés associées et coentreprises à hauteur de 1,6 million de francs (exercice précédent: 2,1 millions de francs) ainsi que l'augmentation d'engagements d'achat de 2,0 millions de francs (exercice précédent: 1,8 million de francs).

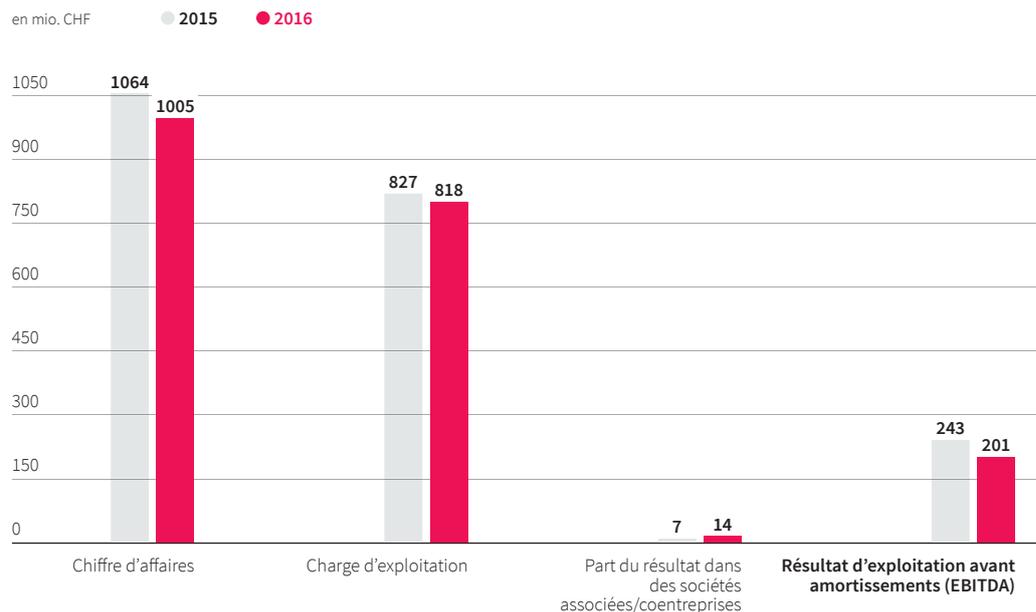
Le taux d'impôt moyen escompté correspond à la moyenne pondérée des taux d'imposition des sociétés consolidées. Ce taux a légèrement augmenté en 2016, passant de 21,2 pour cent à 21,3 pour cent. Le taux d'impôt effectif a augmenté, passant de 7,1 pour cent à 11,0 pour cent. Des remboursements et des ajustements des régularisations d'impôts concernant l'impôt sur les bénéfices courant ont été réalisés au titre de périodes précédentes, résultant principalement de pertes reportées et de déductions de participation dont l'effet fiscal était jugé improbable jusqu'à présent. Les créances fiscales différées résultant des reports de pertes non comptabilisées au bilan sont la conséquence de l'estimation que la situation bénéficiaire des sociétés concernées n'est actuellement pas suffisante pour couvrir ces pertes. La dépréciation sur goodwill sans effet fiscal a accru la charge fiscale effective. À l'inverse, on note (de nouveau) un impact des effets fiscaux sur les participations qui résulte principalement d'amortissements sur leur valeur comptable (sans incidences fiscales différées) qui ont sensiblement réduit la charge d'impôt.

27

Rapport financier

Illustration 5

Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)



Bilan et fonds propres

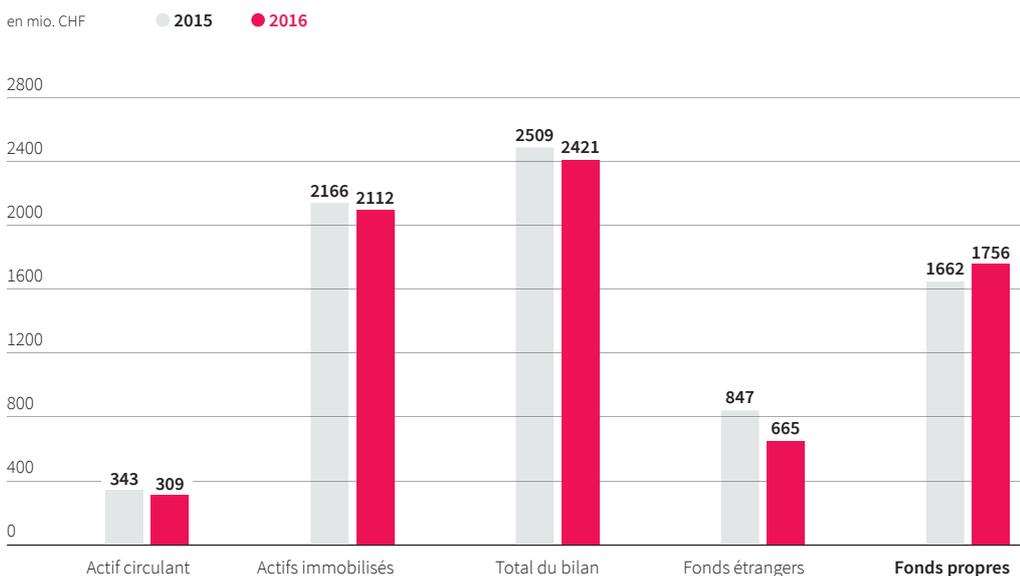
La somme portée au bilan a baissé de 2508,9 millions de francs à 2421,1 millions de francs, soit une baisse de 87,8 millions de francs. Les fonds propres se sont accrus de 94,6 millions de francs, à 1756,1 millions de francs. Cette variation est due non seulement au résultat réalisé mais aussi à la réévaluation de la prévoyance du personnel selon l'IAS 19 enregistrée dans l'état du résultat global. Le montant net de 43,8 millions de francs (après impôts différés) directement inscrit dans les fonds propres a essentiellement résulté de la performance de la fortune de prévoyance. Un montant négatif de -56,5 millions de francs avait été enregistré à ce titre l'exercice précédent. Un montant de 47,7 millions de francs (4,50 francs par action) a été versé aux actionnaires de Tamedia à titre de dividende. Le degré d'autofinancement est en hausse, passant de 66,2 pour cent à 72,5 pour cent.

L'actif circulant avant éléments du patrimoine destinés à la cession a baissé de 62,3 millions de francs, à 265,7 millions de francs. La trésorerie a progressé de 42,7 millions de francs pour s'inscrire à 55,9 millions de francs. Les éléments du patrimoine destinés à la cession ont augmenté de 11,9 millions de francs, passant de 13,3 millions de francs à 25,2 millions de francs. Ce changement tient compte de la vente de l'immeuble de l'imprimerie de la Rudolf-Diesel-Strasse à Winterthour (secteur Publications Régionales) opérée en décembre 2016 et de deux transactions prévues au premier semestre 2017. Celles-ci entraînent la perte de contrôle des activités de Metroxpress (secteur Publications nationales) et de Starticket (secteur Digital). C'est pourquoi les actifs et les dettes résultant de ces activités sont désormais classés dans le groupe destiné à la vente.

Les actifs immobilisés ont diminué de 53,4 millions de francs, soit une baisse de 2,5 pour cent, à 2112,2 millions de francs. Les immobilisations corporelles et incorporelles ont diminué de 57,6 millions de francs, à 1804,6 millions de francs. Les variations du périmètre de consolidation ont donné lieu à une augmentation des immobilisations corporelles et incorporelles à hauteur de 57,4 millions de francs, alors que les autres investissements se sont élevés à 7,1 millions de francs. Aux entrées s'opposent les amortissements sur immobilisations corporelles et incorporelles à hauteur de 76,5 millions de francs, la dépréciation sur goodwill à hauteur de 11,0 millions de francs ainsi que les autres sorties de 1,3 million de francs. Désormais, les immobilisations corporelles et incorporelles de Metroxpress et de Starticket AG sont en outre comptabilisées comme éléments du patrimoine destinés à la cession.

Bilan

Illustration 6



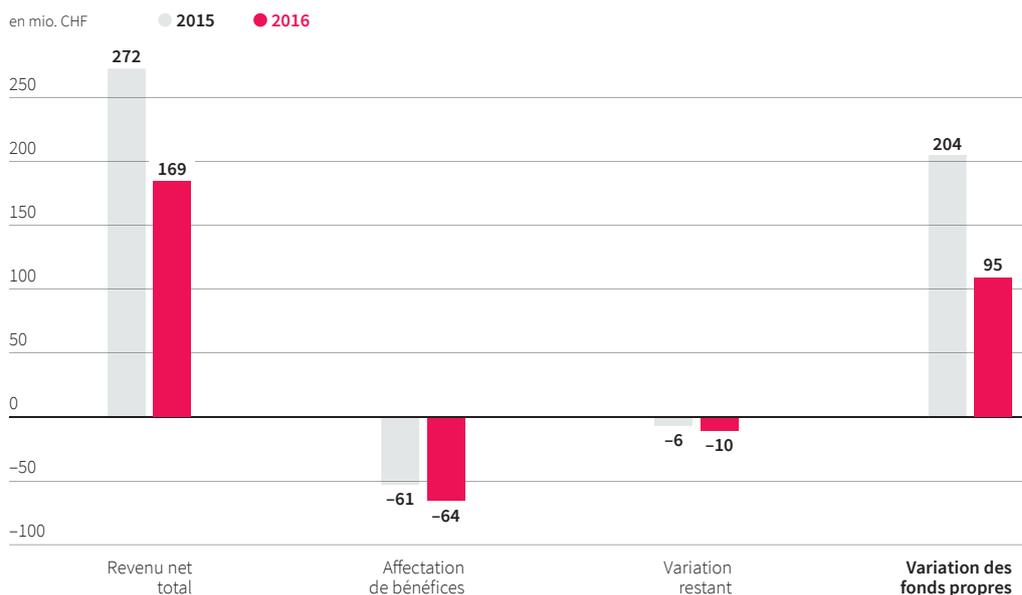
La part aux fonds propres des sociétés associées et coentreprises n'a guère évolué en 2016, avec une progression nette de 1,2 million de francs à 290,6 millions de francs. Cette évolution inclut l'acquisition de parts dans les sociétés associées Ultimate Media B&M GmbH et AHVV Verlags GmbH et la vente des parts dans MoneyPark AG et La Broye Hebdo SA. En raison de l'acquisition de parts supplémentaires, Immo-Street.ch SA n'est plus comptabilisée dans les participations dans des sociétés associées. L'augmentation des investissements financiers à long terme s'explique par l'acquisition de firstbird GmbH mais aussi par l'apport des parts restantes de MoneyPark AG, qui était enregistrée parmi les sociétés associées, avant la vente des 14% de parts en décembre 2016.

Les fonds étrangers à court terme avant dettes en rapport avec des éléments du patrimoine destinés à la cession ont diminué de 40,0 millions de francs, à 372,3 millions de francs. La baisse des dettes provenant de livraisons et de prestations à hauteur de 12,9 millions de francs correspond pour 10,3 millions de francs au regroupement en relation avec la vente de certains éléments du patrimoine destinés à la cession. La baisse des passifs de régularisation est de 17,7 millions de francs et inclut notamment la diminution des comptes de régularisation personnel en relation avec le programme de participation aux bénéfices pour la Direction générale et les collaborateurs à hauteur de 12,1 millions de francs.

Les fonds étrangers à long terme ont augmenté de 158,4 millions de francs, à 274,7 millions de francs, la réduction des dettes financières à long terme de 122,1 millions de francs, à 62,9 millions de francs, ayant un impact particulièrement important. La facilité de crédit de 270,0 millions de francs a été convenue avec le rachat de ricardo.ch AG le 8 septembre 2015. Après les remboursements déjà effectués qui ne pourront plus être levés de nouveau, la limite de crédit à la fin 2016 est encore de 110,0 millions de francs, Tamedia ayant utilisé 80,0 millions de francs à la date de clôture du bilan (dont 30,0 millions de francs comptabilisés à titre de dettes bancaires à court terme et 50,0 millions de francs à titre de dettes bancaires à long terme). Les créances de prévoyance selon la norme IAS 19 ont augmenté de 39,2 millions de francs, à 64,4 millions de francs, sous l'effet de la réévaluation. Les dettes fiscales différées ont augmenté de 2,7 millions de francs, à 136,5 millions de francs.

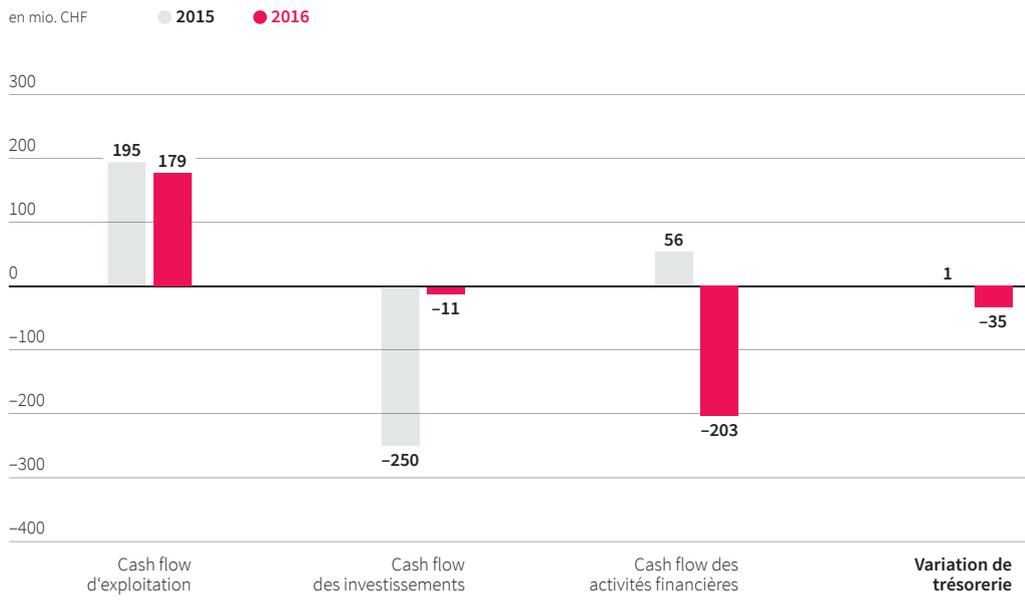
Illustration 7

Variation des fonds propres



Cash flow

Illustration 8



Comparaison pluriannuelle

		2016	2015	2014	2013	2012
Chiffre d'affaires	mio. CHF	1 004,8	1 063,8	1 114,5	1 069,1	1 018,0
Croissance		-5,5%	-4,5%	4,2%	5,0%	-8,9%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	mio. CHF	201,0	243,4	240,7	197,1	198,5
Croissance		-17,5%	1,2%	22,1%	-0,7%	-16,5%
Marge ¹		20,0%	22,9%	21,6%	18,4%	19,5%
Résultat d'exploitation (EBIT)	mio. CHF	113,5	130,6	170,4	127,7	138,9
Croissance		-13,1%	-23,3%	33,4%	-8,1%	-17,7%
Marge ¹		11,3%	12,3%	15,3%	11,9%	13,6%
Résultat (des secteurs à activité poursuivie)	mio. CHF	122,3	334,0	159,5	118,5	124,8
Croissance		-63,4%	109,4%	34,7%	-5,1%	-29,5%
Marge ¹		12,2%	31,4%	14,3%	11,1%	12,3%
Effectifs du personnel (moyenne)	Nombre	3 282	3 338	3 471	3 394	3 240
Produit d'exploitation par collaborateur	CHF 000	306,2	318,7	321,1	315,0	314,2
Actif circulant	mio. CHF	308,9	343,2	367,9	281,2	312,3
Actifs immobilisés	mio. CHF	2 112,2	2 165,6	1 788,2	1 895,4	1 751,0
Total du bilan	mio. CHF	2 421,1	2 508,9	2 156,2	2 176,6	2 063,4
Fonds étrangers	mio. CHF	665,0	847,4	699,1	773,0	864,9
Fonds propres	mio. CHF	1 756,1	1 661,5	1 457,0	1 403,6	1 198,4
Flux de trésorerie d'exploitation	mio. CHF	178,6	195,3	201,7	185,1	190,3
Cash flow des investissements	mio. CHF	(11,1)	(250,1)	(49,3)	(91,6)	(203,8)
Cash flow après investissements	mio. CHF	167,5	(54,9)	152,4	93,5	(13,4)
Cash flow des activités financières	mio. CHF	(202,9)	56,8	(109,0)	(144,8)	(61,9)
Cash flow des secteurs à activité non poursuivie	mio. CHF	-	-	-	0,9	61,6
Variation de trésorerie	mio. CHF	(35,4)	1,2	43,3	(50,3)	(13,7)
Rentabilité des fonds propres ²		7,0%	20,1%	11,0%	8,5%	11,6%
Taux d'autofinancement ³		72,5%	66,2%	67,6%	64,5%	58,1%
Taux de financement intérieur de l'investissement net ⁴		1609,2%	78,1%	409,5%	202,1%	93,4%
Taux de liquidités II ⁵		70,3%	76,9%	67,0%	65,9%	66,0%
Facteur d'endettement ⁶	x	2,3	2,7	1,9	2,7	3,0

1 En pour cent du chiffre d'affaires

2 Résultat parts minoritaires comprises par rapport aux fonds propres au 31.12.

3 Fonds propres par rapport au total du bilan

4 Flux de trésorerie d'exploitation par rapport au flux de trésorerie des investissements

5 Fonds de roulement hors stocks rapporté aux fonds étrangers à court terme (des activités poursuivies)

6 Endettement net (fonds étrangers déduction faite des fonds de roulement sans provisions) par rapport au flux de trésorerie d'exploitation

Évolution du cours de l'action du 3 janvier 2012 au 27 janvier 2017



32

Cours de l'action

en CHF	2016	2015	2014	2013	2012
Au plus haut	183.90	175.50	128.80	116.00	116.90
Au plus bas	150.00	124.50	106.10	96.70	96.00
Fin d'année	156.00	171.00	126.90	107.90	102.70

Capitalisation boursière

en mio. CHF	2016	2015	2014	2013	2012
Au plus haut	1 949	1 860	1 365	1 230	1 239
Au plus bas	1 590	1 320	1 125	1 025	1 018
Fin d'année	1 654	1 813	1 345	1 144	1 089

Calendrier financier

Assemblée générale	7 avril 2017
Rapport semestriel	29 août 2017

Chiffres-clés par action

en CHF	2016	2015	2014	2013	2012
Revenu net par action (non dilué)	9.89	30.32	13.81	10.68	13.33
Revenu net par action (dilué)	9.86	30.27	13.79	10.67	13.31
EBIT par action	10.71	12.32	16.07	12.06	13.12
EBITDA par action	18.97	22.97	22.71	18.60	18.75
Cash flow disponible par action	15.81	(5.18)	14.38	8.83	(1.27)
Fonds propres par action ¹	143.95	134.52	115.09	115.03	95.82
Dividende par action	4.50 ²	4.50	4.50	4.00	4.50
Taux de distribution ³	39,0%	14,3%	29,9%	35,8%	38,2%
Rendement des dividendes ⁴	2,9%	2,6%	3,5%	3,7%	4,4%
Rapport cours-bénéfice ⁴	x 15,8	5,6	9,2	10,1	7,7
Rapport cours-EBIT ⁴	x 14,6	13,9	7,9	9,0	7,8
Rapport cours-EBITDA ⁴	x 8,2	7,4	5,6	5,8	5,5
Rapport cours-chiffre d'affaires ⁴	x 1,6	1,7	1,2	1,1	1,1
Rapport cours-cash flow disponible ⁴	x 9,9	(33,0)	8,8	12,2	(80,9)
Rapport cours-capital propre ⁴	x 1,1	1,3	1,1	0,9	1,1

1 Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia

2 Demande du Conseil d'administration

3 Sur la base du résultat

4 Sur la base du cours de fin d'année

Structure du capital

Le capital-actions de 106 millions de francs est divisé en 10 600 000 actions nominatives de 10 francs chacune. Il n'existe pas de capital autorisé ni de capital conditionnel. L'entreprise tient à disposition des actions propres pour les plans de participation en actions conformément aux remarques 32 et 42.

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

33

Utilisation du revenu net

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

Investor Relations

Tamedia SA

Christoph Zimmer

Responsable Communication d'entreprise et Investor Relations

Werdstrasse 21

CH-8021 Zurich

Téléphone: +41 (0) 44 248 41 90

E-mail: christoph.zimmer@tamedia.ch

Compte de résultat consolidé

en CHF 000	Remarque	2016	2015
Chiffre d'affaires médias	4	891 492	918 492
Chiffre d'affaires impression	5	78 890	92 236
Chiffre d'affaires opérationnel restant	6	30 693	51 405
Autres produits	7	3 704	1 669
Chiffre d'affaires		1 004 779	1 063 802
Frais de matériel et prestations externes	8	(131 058)	(155 404)
Charges salariales	9	(434 022)	(410 424)
Autres frais d'exploitation	10	(252 459)	(261 456)
Part du résultat dans des sociétés associées/coentreprises	11	13 723	6 930
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)		200 964	243 447
Amortissements	12	(40 247)	(42 557)
Amortissements résultant de regroupements d'entreprises	12	(36 221)	(29 916)
Dépréciations	12	(11 023)	(40 349)
Résultat d'exploitation (EBIT)		113 474	130 625
Produits financiers	13	33 165	237 547
Charges financières	13	(9 112)	(8 480)
Revenu net avant impôts		137 527	359 692
Impôt sur les bénéfices	14	(15 190)	(25 692)
Revenu net		122 338	334 000
dont			
Part des actionnaires de Tamedia		104 747	321 386
Part des actionnaires minoritaires	17	17 591	12 613

34

Comptes consolidés du Groupe Tamedia

Revenu net par action

en CHF	Remarque	2016	2015
Revenu net par action (non dilué)	18	9.89	30.32
Revenu net par action (dilué)	18	9.86	30.27

État du résultat global consolidé

en CHF 000	Remarque	2016	2015
Revenu net		122 338	334 000
Fluctuation de valeur des couvertures	38	(503)	600
Différences de conversion		(575)	(6 342)
Effets de l'impôt sur les bénéfices		149	595
Autres éléments du résultat – reclassement par l'intermédiaire du compte de résultat pour les périodes à venir		(928)	(5 147)
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	23	55 312	(70 939)
Part des valeurs saisies directement dans le fonds propres des sociétés associées/coentreprises	11	3 998	(707)
Effets de l'impôt sur les bénéfices		(11 477)	14 449
Autres éléments du résultat – pas de reclassement par l'intermédiaire du compte de résultat pour les périodes à venir		47 833	(57 197)
Autres éléments du résultat		46 905	(62 343)
Revenu net total		169 243	271 656
dont			
part des actionnaires de Tamedia		151 574	259 438
part des actionnaires minoritaires		17 669	12 219

Bilan consolidé

en CHF 000	Remarque	31.12.2016	31.12.2015
Trésorerie		55 943	98 649
Investissements financiers à court terme		1 388	1 286
Créances résultant de livraison et de prestations	19	159 558	164 407
Créances financières à court terme		7 592	14 942
Créances fiscales en cours		9 234	9 709
Autres créances à court terme		13 252	10 958
Actifs de régularisation		14 695	17 318
Provisions	20	4 020	10 763
Actif circulant avant éléments du patrimoine destinés à la cession		265 684	328 033
Éléments du patrimoine destinés à la cession	16	43 183	15 211
Actif circulant		308 867	343 244
Actifs immobilisés corporels	21	283 683	311 607
Participations dans des sociétés associées/coentreprises	11	290 612	291 855
Investissements financiers à long terme restants	22	13 141	3 577
Créances fiscales différées	15	3 896	7 987
Actifs immobilisés incorporels	24/25	1 520 909	1 550 616
Actifs immobilisés		2 112 241	2 165 641
Actifs		2 421 107	2 508 885
Dettes financières à court terme	26	31 439	31 406
Dettes résultant de livraisons et de prestations	27	25 407	38 298
Dettes fiscales en cours		19 197	25 330
Dettes à court terme restantes	28	30 832	35 744
Passifs de régularisation	29	261 749	279 406
Provisions à court terme	30	3 665	2 138
Fonds étrangers à court terme avant dettes en rapport avec des éléments du patrimoine destinés à la cession		372 289	412 322
Dettes en rapport avec des éléments du patrimoine destinés à la cession	16	18 026	1 940
Fonds étrangers à court terme		390 315	414 263
Dettes financières à long terme	26	62 865	184 996
Dettes de prévoyances	23	64 419	103 576
Dettes fiscales différées	15	136 534	133 792
Provisions à long terme	30	10 855	10 731
Fonds étrangers à long terme		274 672	433 094
Fonds étrangers		664 987	847 357
Capital social	31	106 000	106 000
Propres actions	32	(1 251)	(579)
Réserves		1 420 581	1 320 341
Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia		1 525 330	1 425 762
Part des actionnaires minoritaires		230 791	235 766
Fonds propres		1 756 120	1 661 528
Passifs		2 421 107	2 508 885

Tableau de financement consolidé

en CHF 000	Remarque	2016	2015
Méthode directe			
Recettes provenant de la vente de livraisons et de prestations de services	4/5/6	974 023	1 022 142
Dépenses pour le personnel	9	(412 872)	(426 159)
Dépenses pour les livraisons et les prestations de services reçus	8	(368 783)	(360 205)
Dividendes de sociétés associées/coentreprises	11	19 354	2 696
Cash flow d'exploitation avant résultat financier et impôts		211 722	238 474
Intérêts payés	13	(1 839)	(1 454)
Intérêts obtenus	13	1 170	461
Résultats financiers restants	13	(1 197)	(4 379)
Impôt sur les bénéfices payés	14	(31 247)	(37 847)
Cash flow d'exploitation		178 609	195 255
Investissements dans des actifs immobilisés corporels	21	(5 207)	(10 625)
Désinvestissement d'actifs immobilisés corporels	21	1 314	1 815
Désinvestissements d'éléments du patrimoine destinés à la cession	16	17 449	47 085
Investissements dans des sociétés consolidées	1	(40 640)	(220 391)
Désinvestissements de sociétés consolidées	1	5 443	(8 753)
Investissements dans des participations à des sociétés associées/coentreprises	11	(12 665)	(8 107)
Désinvestissements de participations dans des sociétés associées/coentreprises	11	22 060	532
Investissements dans les placements financiers restants	22	(4 618)	(48 971)
Désinvestissement des placements financiers restants	22	7 645	472
Investissements dans des actifs immobilisés incorporels	24	(1 880)	(3 332)
Désinvestissements d'immobilisations incorporelles	24	-	127
Cash flow des investissements		(11 099)	(250 146)
Cash flow après des investissements		167 510	(54 891)
Affectation des bénéfices aux actionnaires de Tamedia	31	(47 700)	(47 700)
Affectation des bénéfices aux actionnaires minoritaires		(16 753)	(13 654)
Remboursement du capital aux actionnaires minoritaires		(12 574)	-
Constitution de dettes financières à court terme	26	46	30 364
Remboursement dettes financières à court terme	26	(3 999)	(73 917)
Constitution de dettes financières à long terme	26	-	170 491
Remboursement dettes financières à long terme	26	(120 219)	(2 488)
(Rachat)/vente actions propres	32	(1 250)	(711)
Achat de parts actionnaires minoritaires		(3 308)	(5 585)
Vente de parts actionnaires minoritaires		2 900	-
Cash flow des activités financières		(202 857)	56 800
Influence devises étrangères		(39)	(713)
Variation de trésorerie		(35 386)	1 197
Trésorerie au 1er janvier		98 649	97 452
Trésorerie au 31 décembre		55 943	98 649
Trésorerie éléments du patrimoine destinés à la cession au 31 décembre		7 320	-
Variation de trésorerie		(35 386)	1 197

Variation des fonds propres

en CHF 000

	Capital social	Propres actions	Différences de conversion	Réserves	Fonds propres, part des actionnaires de Tamedia	Part des actionnaires minoritaires dans les fonds propres	Fonds propres
Etat au 31.12.2014	106 000	(374)	(347)	1 114 531	1 219 810	237 232	1 457 041
Revenu net	-	-	-	321 386	321 386	12 613	334 000
Part des valeurs saisies directement dans les fonds propres des sociétés associées/coentreprises	-	-	-	(707)	(707)	-	(707)
Fluctuation de valeur des couvertures	-	-	-	600	600	-	600
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	-	-	-	(70 713)	(70 713)	(226)	(70 939)
Différences de conversion	-	-	(6 126)	-	(6 126)	(216)	(6 342)
Effets de l'impôt sur les bénéfices	-	-	-	14 997	14 997	47	15 045
Revenu net total	-	-	(6 126)	265 564	259 438	12 219	271 656
Affectation des bénéfices	-	-	-	(47 700)	(47 700)	(13 654)	(61 354)
Achat de parts minoritaires	-	-	-	(6 893)	(6 893)	(30)	(6 923)
Rémunérations basées sur des actions	-	-	-	1 312	1 312	-	1 312
(Achat)/vente actions propres	-	(205)	-	-	(205)	-	(205)
Etat au 31.12.2015	106 000	(579)	(6 474)	1 326 814	1 425 762	235 766	1 661 528

Revenu net	-	-	-	104 747	104 747	17 591	122 338
Part des valeurs saisies directement dans les fonds propres des sociétés associées/coentreprises	-	-	-	3 998	3 998	-	3 998
Fluctuation de valeur des couvertures	-	-	-	(503)	(503)	-	(503)
Bénéfices/(pertes) actuariels IAS 19	-	-	-	55 168	55 168	144	55 312
Différences de conversion	-	-	(540)	-	(540)	(35)	(575)
Effets de l'impôt sur les bénéfices	-	-	44	(11 341)	(11 297)	(30)	(11 327)
Revenu net total	-	-	(496)	152 070	151 574	17 669	169 243
Affectation des bénéfices	-	-	-	(47 700)	(47 700)	(16 753)	(64 453)
Variation des sociétés consolidées	-	-	-	-	-	189	189
Achat de parts minoritaires	-	-	-	(7 633)	(7 633)	3 408	(4 225)
Vente de parts minoritaires	-	-	-	2 715	2 715	3 084	5 799
Réduction du capital actionnaires minoritaires	-	-	-	-	-	(12 574)	(12 574)
Engagements contractuels destinés à l'achat de parts minoritaires	-	-	-	(359)	(359)	-	(359)
Rémunérations basées sur des actions	-	-	-	1 644	1 644	-	1 644
(Achat)/vente actions propres	-	(672)	-	-	(672)	-	(672)
Etat au 31.12.2016	106 000	(1 251)	(6 970)	1 427 551	1 525 330	230 791	1 756 121

Participations

Au 31 décembre 2016, les sociétés du groupe Tamedia englobent:

Nom	Siège	Monnaie	Capital social (en 000)	Secteur	Méthode de consolidation	Part de capital ³ groupe 2016	Part de capital ³ groupe 2015
Tamedia SA	Zurich	CHF	106 000	R/N	V	–	–
20 minuti Ticino SA	Lugano	CHF	300	N	E	50,0%	50,0%
Adextra AG	Zurich	CHF	100	D	V	100,0%	0,0%
Book a Tiger Household Services GmbH	Berlin	EUR	73	D	A	3,7%	5,0%
Book a Tiger Household Services AG	Zurich	CHF	100	D	E	34,0%	34,0%
DJ Digitale Medien GmbH	Vienne	EUR	71	N	V	51,0%	0,0%
Doodle AG	Zurich	CHF	100	D	V	100,0%	100,0%
Doodle Deutschland GmbH	Berlin	EUR	250	D	V	100,0%	100,0%
Meekan Solutions Ltd.	Kibutz Shefaim	ILS	150	D	V	100,0%	0,0%
DZZ Druckzentrum Zürich AG	Zurich	CHF	100	R	V	100,0%	100,0%
Edita SA	Luxembourg	EUR	50	N	E	50,0%	50,0%
Espace Media AG	Berne	CHF	5 000	R	V	100,0%	100,0%
DZB Druckzentrum Bern AG	Berne	CHF	9 900	R	V	100,0%	100,0%
Schaer Thun AG	Thoune	CHF	2 250	R	V	100,0%	100,0%
Berner Oberland Medien AG	Uetendorf	CHF	500	R	E	50,0%	50,0%
Thuner Amtsanzeiger ¹	Thoune	CHF	–	R	E	48,0%	48,0%
Homegate AG	Zurich	CHF	1 000	D	V	90,0%	90,0%
ImmoStreet.ch SA	Lausanne	CHF	700	D	V	90,0%	18,0%
Hotelcard AG	Thoune	CHF	190	D	E	20,0%	20,0%
Jobcloud AG	Zurich	CHF	100	D	V	50,0%	50,0%
Jobsuchmaschine AG	Zurich	CHF	100	D	V	50,0%	50,0%
JoinVision E-Services GmbH	Vienne	EUR	50	D	V	50,0%	0,0%
Karriere.at GmbH	Linz	EUR	40	D	E	24,5%	24,5%
firstbird GmbH	Vienne	EUR	35	D	A	3,9%	0,0%
Journal de Morges SA	Morges	CHF	100	R	E	49,0%	0,0%
MetroXpress A/S	Copenhague	DKK	662	N	V	100,0%	100,0%
MoneyPark AG	Wollerau	CHF	324	D	A	6,1%	20,4%
Newsnet ¹	Zurich	CHF	–	N	V	81,3%	81,3%
Olmero AG	Opfikon	CHF	208	D	V	97,7%	97,7%
ricardo.ch AG	Zoug	CHF	200	D	V	100,0%	100,0%
ricardo-shops GmbH	Weil am Rhein	EUR	25	D	V	100,0%	100,0%
ricardo Sàrl	Valbonne	EUR	15	D	V	100,0%	100,0%
Agence Télégraphique Suisse SA	Berne	CHF	2 000	N	E	29,4%	29,4%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG	Zurich	CHF	108	N	E	33,3%	33,3%
Swissdox AG	Zurich	CHF	100	R	E	33,3%	33,3%
Starticket AG	Zurich	CHF	913	D	V	87,6%	75,0%
Swiss Online Shopping AG	Langenthal	CHF	239	D	–	0,0%	62,7%
Swiss Classified Media AG ²	Zurich	CHF	100	D	–	0,0%	100,0%
car4you Schweiz AG ²	Zurich	CHF	1 200	D	–	0,0%	100,0%
Swisscom Directories AG	Zurich	CHF	2 174	D	E	31,0%	31,0%
Tagblatt der Stadt Zürich AG	Zurich	CHF	200	R	V	65,0%	85,0%

1 Société simple

2 Fusionnée avec Tamedia SA ou ricardo.ch SA

3 La part de voix du groupe correspond à la part de capital du groupe.

Secteur

N = Publications Nationales

R = Publications Régionales

D = Digital

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

E = Évaluation des fonds propres

A = Évalué à la valeur de marché

Part de capital groupe 2016	Siège	Monnaie	Capital social (en 000)	Secteur	Méthode de consolidation	Part de capital ³ groupe 2016	Part de capital ³ groupe 2015
Tamedia Publications romandes SA	Lausanne	CHF	7 500	R	V	100,0%	100,0%
Actua Immobilier SA	Carouge	CHF	330	R	E	39,0%	39,0%
CIL Centre d'Impression Lausanne SA	Lausanne	CHF	10 000	R	V	100,0%	100,0%
La Broye Hebdo SA	Payerne	CHF	100	R	-	0,0%	20,0%
LC Lausanne Cités SA	Lausanne	CHF	50	R	E	50,0%	50,0%
Société de Publications Nouvelles SPN SA	Genève	CHF	1 000	R	E	50,0%	50,0%
Virtual Network SA	Nyon	CHF	100	D	E	20,0%	20,0%
TicinOnline SA	Breganzona	CHF	1 100	N	E	25,8%	25,8%
Tradono ApS	Copenhague	DKK	176	D	E	25,6%	25,6%
Tradono Switzerland SA	Zurich	CHF	100	D	E	50,0%	50,0%
Trendsales ApS	Copenhague	DKK	125	D	V	88,0%	88,0%
Trendsales Finland Oy	Helsinki	EUR	28	D	V	44,9%	44,9%
Tutti.ch AG	Zurich	CHF	1 100	D	V	100,0%	100,0%
TVtäglich ¹	Zurich	CHF	-	R	E	50,0%	50,0%
Ultimate Media B&M GmbH	Vienne	EUR	35	N	E	25,5%	0,0%
AHV Verlags GmbH	Vienne	EUR	36	N	E	25,5%	0,0%
Verlag Finanz und Wirtschaft AG	Zurich	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%
Zattoo International AG	Zurich	CHF	925	D	E	31,0%	31,0%
Zürcher Oberland Medien AG	Wetzikon	CHF	1 800	R	E	37,6%	37,6%
Zürcher Regionalzeitungen AG	Winterthur	CHF	475	R	V	100,0%	100,0%

1 Société simple

2 Fusionnée avec Tamedia SA ou ricardo.ch SA

3 La part de voix du groupe correspond à la part de capital du groupe.

Secteur

N = Publications Nationales

R = Publications Régionales

D = Digital

Méthodes de consolidation et d'évaluation

V = Consolidation intégrale

E = Évaluation des fonds propres

A = Évalué à la valeur de marché

Actionnaires principaux

Nom	2016 ¹	2015 ¹	2014 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% ²	11,93%
Annette Coninx Kull, Wettswil a.A.	11,85% ³	11,85% ³	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	4,52%	4,53%	4,53%
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 Coninx-Kaczynski (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).

Événements importants intervenus après la date de clôture du bilan

Metroxpress

Les deux quotidiens danois BT et Metroxpress concluent un partenariat et créent ensemble la nouvelle société d'édition BTMX. Berlingske Media, l'actuel éditeur de BT, détiendra 70 pour cent de la société, contre 30 pour cent à Tamedia en tant qu'éditrice de Metroxpress. Ensemble, les versions imprimées de BT et Metroxpress touchent le lectorat le plus important et les titres souhaitent parvenir au même résultat numérique auprès des utilisateurs au Danemark d'ici à 2018.

Du fait de l'intégration de l'activité de Metroxpress dans la société commune, des actifs d'un montant de 13,4 millions de francs et des fonds étrangers d'un montant de 3,2 millions de francs sortent du bilan (voir aussi le point consacré aux actifs destinés à la cession). La valeur de marché de l'activité de Metroxpress s'élève à 9,4 millions de francs. La différence entre la valeur de marché et la valeur du capital sortant, d'un montant de -0,8 million de francs, sera comptabilisée dans le résultat financier, avec effet sur le résultat, au premier semestre 2017.

La participation dans BTMX a été comptabilisée pour un montant de 9,4 millions de francs. Cela correspond à la valeur de marché de l'activité de Metroxpress mentionnée au point précédent. Par la suite, les parts détenues seront évaluées selon la méthode de mise en équivalence.

Starticket

Ticketcorner AG et Starticket AG engagent un partenariat et créent un groupe de billetterie suisse commun. Ticketcorner Holding AG, détenue à parts égales par le groupe CTS Eventim et Ringier, aura une participation de 75 pour cent et Tamedia, de 25 pour cent.

Il est prévu que Starticket AG sortira du périmètre de consolidation de Tamedia dans la première moitié de l'an suite à l'apport de la société dans la filiale conjointe. À la date de clôture du bilan consistent des actifs d'un montant de 29,8 millions de francs (dont de la trésorerie à hauteur de 7,3 millions de francs) et des fonds étrangers d'un montant de 14,8 millions de francs, qui sortent du bilan suite à la déconsolidation de Starticket AG. La valeur de marché de Starticket AG s'élèvera vraisemblablement à 23,0 millions de francs. La différence entre la valeur de marché et la valeur du capital sortant, d'un montant probable de 15,3 millions de francs, sera comptabilisée dans le résultat financier, avec effet suite de la déconsolidation.

Les parts dans le groupe de billetterie suisse commun seront comptabilisées pour un montant probable de 23,0 millions de francs. Cela correspond à la valeur de marché de Starticket AG mentionnée au point précédent. Par la suite, les parts détenues seront évaluées selon la méthode de mise en équivalence. La transaction requiert toutefois encore l'aval de la Commission fédérale de la concurrence.

Tamedia AG

Werdstrasse 21
Postfach
8021 Zürich
Tel.: +41 (0) 44 248 41 11
www.tamedia.ch
communication@tamedia.ch

Investor Relations

Tamedia AG
Christoph Zimmer
Responsable de la Communication
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (0) 44 248 41 90
E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Impressum

Communication d'entreprise (gestion de projet)
Secrétaire général (coordination Conseil d'administration)
MADE Identity AG (concept et design)
Stevan Bukvic, Custom Images (photographie)
MDD Management Digital Data AG, Lenzbourg (production)
Apostroph Luzern AG (traduction)
Tamedia (lectorat)
DZB Druckzentrum Bern AG (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 Zürich,
Tel. +41 (0)44 248 41 90, communication@tamedia.ch

