

## RAPPORT INTERMÉDIAIRE POUR LA PÉRIODE CLÔTURANT AU 30 JUIN 2008 //

LAUSANNE, LE 25 AOUT 2008

**Hausse du chiffre d'affaires consolidé de 3.1% réalisée principalement dans les marchés digitaux et internationaux grâce aux acquisitions faites en 2007 - Croissance portée à 7.7% en tenant compte de la part du groupe au chiffre d'affaires de zanox encore consolidé par mise en équivalence - Media Sales freiné par une baisse de 23% sur le marché suisse en juin - Diminution de 7.2% à périmètre constant**

- PubliGroupe atteint une croissance de 42.7% (+ 92.3% avec zanox) dans les médias digitaux et électroniques et de 46.1% (+ 72.2% avec zanox) sur les marchés internationaux, en grande partie grâce aux acquisitions faites au cours des douze derniers mois. Les activités dans le secteur imprimé diminuent de 1% alors que le recul est de 6% sur le marché suisse.
- Media Sales réalise sa transformation avec succès mais est freinée par une conjoncture moins favorable et surtout par un recul d'une soudaineté et d'une ampleur sans précédent imputé à l'EURO 2008, sur le marché suisse en juin (- 23%).
- Le groupe zanox (40% PubliGroupe) est toujours consolidé par mise en équivalence. Sa nouvelle structure financière, permettant à PubliGroupe de consolider intégralement certains de ses marchés (principalement : France, Espagne et Italie) n'est pas encore effective.

### EBIT en augmentation (CHF 61.9 millions / + 65.5%) en raison d'un gain sur vente d'immeuble

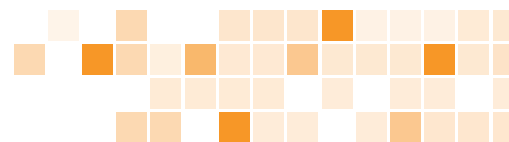
- Les résultats de Search & Find, Custom Publishing et Digital & Marketing Services sont en ligne avec leurs objectifs de croissance à moyen terme.
- Les résultats de Media Sales sont nettement inférieurs aux attentes, pénalisés par les perturbations passagères inhérentes à toute phase de réorganisation profonde, ainsi que par une conjoncture défavorable, particulièrement en juin.
- En excluant les éléments non récurrents et les changements de périmètre, l'EBIT diminue de CHF 11.6 millions en raison principalement de la baisse des résultats de Media Sales.

### Résultat net de CHF 43.9 millions (- 24.8%)

- Le résultat financier baisse en l'absence d'élément extraordinaire (1<sup>er</sup> semestre 2007: vente de la participation 24/7 Real Media) et sous l'effet de coûts financiers plus élevés. Avec des impôts en hausse de 65% en raison du gain immobilier, le résultat net s'établit à CHF 43.9 millions.

### Chiffres clés au 30 juin 2008

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



## GRUPE //

### Nouvelle structure du groupe depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008

Conformément à sa stratégie, PubliGroupe :

- crée et vend des espaces pour la communication commerciale ;
- soutient les annonceurs et leurs agences pour la mise en œuvre de leurs stratégies de communication et médias.

PubliGroupe opère depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008 au travers des 4 segments d'activité suivants :

*Search & Find* développe et commercialise des outils facilitant les recherches de particuliers, d'entreprises, de produits et services et d'informations pratiques. *Search & Find* est n° 1 du marché suisse des annuaires imprimés et en ligne, par le biais d'un joint-venture avec Swisscom. Il est n° 2 en France, avec une position renforcée sur les marchés locaux.

*Media Sales* est une organisation internationale de vente de médias, partenaire de plus de 4'250 médias. Leader sur son marché, la Suisse, *Media Sales* opère sous la marque *Publicitas* dans 21 pays répartis sur 4 continents.

*Custom Publishing* développe et crée des solutions médias professionnelles sur mesure pour des compagnies aériennes (inflight entertainment) et d'autres entreprises ou institutions. *Custom Publishing* est implanté en Asie dans le domaine de l'inflight entertainment, ainsi qu'en Asie et en Suisse dans le secteur « corporate publishing ».

*Digital & Marketing Services* développe et propose des canaux et solutions marketing axés sur les performances et le retour sur investissement, basés sur une technologie de pointe qui facilite l'acquisition et la fidélisation de clientèle. Ses principaux marchés sont situés en Europe.

### Commentaire général

PubliGroupe poursuit sa transformation en un groupe multimédia et international mais voit sa croissance freinée par une conjoncture économique qui se dégrade. A l'exception des résultats de *Media Sales*, ses performances sont en ligne avec ses objectifs stratégiques à moyen terme.

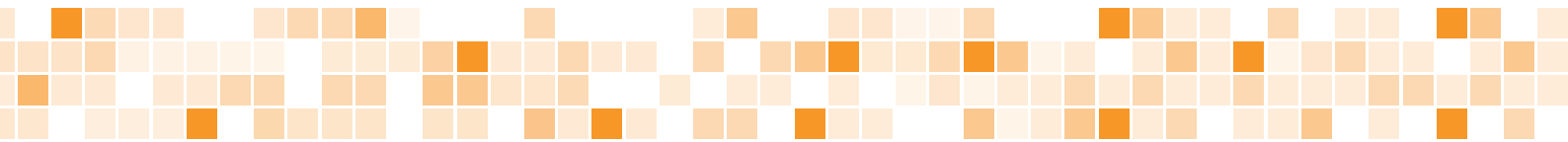
La croissance voulue sur les marchés online et internationaux se concrétise.

*Search & Find* maîtrise avec succès la migration vers les produits online (qui représentent aujourd'hui 40% de la valeur des ordres qui sont acquis en portefeuille) dans le cadre du joint-venture avec Swisscom et maintient un haut niveau d'EBIT.

*Custom Publishing* est à nouveau à l'offensive en Asie après la perte il y a une année d'un important contrat et, en Suisse, l'intégration du groupe *Denon*, acquis en début d'année, qui ouvre des perspectives de nouveaux déploiements en Europe.

*Digital & Marketing Services* constitue déjà un nouveau pôle important de croissance dans des marchés prometteurs grâce à la croissance continue de *namics* (+ 30.3%) et à l'intégration des acquisitions faites en 2007, soit le prestataire de services médias *SVBmedia* aux Pays-Bas et le groupe international de services de marketing online *zanox*, acquis en commun avec *Axel Springer* en juillet 2007 (40% PubliGroupe). *zanox* se développe avec un succès conforme aux attentes sur les plans stratégique, opérationnel et financier. Une nouvelle structure financière de *zanox* doit permettre à chacun des deux groupes de consolider les marchés sur lesquels il détiendra une majorité. Son entrée en vigueur interviendra après l'aboutissement des démarches encore pendantes devant les autorités fiscales. *zanox* est donc encore consolidé par mise en équivalence, mais une simulation de cette nouvelle structure sur les comptes du 1<sup>er</sup> semestre est déjà mise en évidence ci-dessous :

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



Fruit de la réunion sous le même toit de toutes les activités du groupe dans la commercialisation des médias en Suisse et sur le plan international, Media Sales achève conformément à ses objectifs la plus grande transformation de l'histoire du groupe, mais présente des résultats inférieurs aux attentes, en raison d'un recul généralisé des marchés publicitaires et du brusque creux sans précédent (- 23%) vécu en Suisse au mois de juin. L'EBIT de Media Sales – CHF 1.8 million – est ainsi doublement pénalisé par les perturbations passagères inhérentes à toute phase de réorganisation profonde et par une diminution de son chiffre d'affaires de 7.1%; le seul effet du creux du mois de juin sur le marché suisse, que certaines analyses imputent à la tenue de l'EURO 2008, équivaut à un manque à gagner de l'ordre de CHF 4.4 millions au niveau de l'EBIT. Le caractère unique des coûts indirects liés à la réorganisation, la présence sur le marché de nouvelles structures désormais stabilisées et des réductions supplémentaires de frais généraux (qui ont déjà diminué de 3.1% au terme du 1<sup>er</sup> semestre) permettent d'attendre un 2<sup>e</sup> semestre meilleur, sauf nouvelle aggravation de la conjoncture.

La réalisation de la stratégie du groupe change déjà sa physiologie. Si l'on mesure le poids respectif de ses activités à l'aune de sa valeur ajoutée, à savoir sa marge brute (y compris celle de zanox), on constate l'importance croissante prise par les activités dans les médias digitaux et électroniques (25% en 2008 vs 18% en 2007), les marchés internationaux (24% en 2008 vs 18% en 2007) ainsi que par le segment en plus forte croissance Digital & Marketing Services (15% en 2008 vs 6% en 2007).

Enfin, le groupe poursuit sa politique de désengagement partiel de ses actifs immobiliers non engagés dans l'exploitation.

### **Perspectives**

Search & Find, Custom Publishing et Digital & Marketing Services devraient poursuivre sur leur dynamique positive.

Media Sales, opérant dorénavant sous la marque unique « Publicitas » (re-branding achevé) et dans des nouvelles structures aujourd'hui en place, devrait améliorer ses résultats en gagnant en dynamique de vente et en efficacité, à moins que ses progrès ne soient compensés par une nouvelle et forte aggravation de la conjoncture.

Des nouveaux programmes de réduction de coûts sont d'ores et déjà lancés pour anticiper les effets d'un ralentissement conjoncturel prolongé. L'objectif est une économie supérieure à CHF 10 millions sur une base annuelle, avec les premiers effets déjà en 2008.

PubliGroupe devrait réaliser un meilleur 2<sup>e</sup> semestre sur le plan opérationnel.

### **Commentaires – chiffres clés**

Le chiffre d'affaires consolidé progresse de 3.1% (7.7% avec zanox) grâce aux nouvelles activités déployées par Digital & Marketing Services (notamment avec l'apport de SVBmedia acquise en décembre 2007 qui génère des ventes pour CHF 99 millions). Search & Find recule de 5.2% en raison d'un programme de parution décalé par rapport à l'exercice antérieur et Media Sales de 7.1%, ensuite du creux de 23% subi au mois de juin en Suisse. Custom Publishing (- 26.4%) reflète la perte d'un contrat important au début du 2<sup>e</sup> semestre 2007, qui n'est pas encore compensée par les nouveaux contrats conclus depuis lors et la consolidation de Denon sur cinq mois.

La marge brute du groupe, qui correspond à sa valeur ajoutée, atteint CHF 212.9 millions (- 1.4%). Elle progresse de 2.9% à CHF 222.3 millions avec zanox.

L'EBIT consolidé atteint CHF 61.9 millions (+ 65.5%). La progression est due au gain (CHF 42.5 millions avant impôts) réalisé sur la vente d'un immeuble libéré par Media Sales à Zurich. L'EBIT de Search & Find ne diminue qu'en conséquence de l'augmentation de la base de comparaison 2007 (« restatement »), ensuite du reclassement (dans les comptes 2007) de Local.ch S.A. dans les activités abandonnées en raison de son transfert à Swisscom Directories (49% PubliGroupe) début 2008; celui de Custom Publishing est en recul de CHF 0.9 million et celui de Digital & Marketing Services progresse fortement. Ces trois segments sont donc en ligne avec leurs objectifs de croissance à moyen terme. Les résultats de Media Sales sont inférieurs aux attentes, avec un recul de CHF 8.8 millions. Ils sont pénalisés par les perturbations passagères inhérentes à toute phase de réorganisation profonde, ainsi que par une baisse du chiffre d'affaires (- 7.1%) particulièrement marquée en Suisse en juin (- 23%); ce seul mois occasionne un manque à gagner estimé à CHF 4.4 millions au niveau de l'EBIT. Ainsi, en excluant les éléments non récurrents et les changements de périmètre l'EBIT recule de CHF 11.6 millions.

Le résultat financier est de CHF 0.2 million (1<sup>er</sup> semestre 2007 : CHF 35 millions). 2007 avait enregistré le gain de CHF 29.2 millions sur la vente de la participation 24/7 Real Media. Le coût de l'endettement accru contracté afin de financer le programme d'acquisitions 2007, ainsi que le renversement de tendance des marchés boursiers expliquent le recul du résultat financier « ordinaire ». Avec des impôts en hausse en raison du gain immobilier, le résultat net passe à CHF 43.9 millions.

## INFORMATIONS SECTORIELLES //

en millions de CHF

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

### Search & Find

Search & Find progresse fortement dans le marché de la publicité online qui compense dans une large mesure le tassement des produits imprimés. Son chiffre d'affaires – CHF 47 millions – diminue de 5.2% en raison du décalage sur le second semestre de la parution d'un annuaire « Pages Jaunes », sur le marché suisse. Le décalage du programme de parution sera comblé durant le second semestre comme l'an dernier. Sa marge brute, ou valeur ajoutée, est de CHF 38.5 millions (- 6.8%). L'EBIT (CHF 20.4 millions) ne diminue qu'en conséquence de l'augmentation de la base de comparaison 2007, ensuite du reclassement (dans les comptes 2007) de Local.ch S.A. dans les activités abandonnées en raison de son transfert à Swisscom Directories (49% PubliGroupe) début 2008. PubliGroupe supporte dès 2008 les coûts de développement de local.ch sous forme d'une diminution de sa part de 49% au résultat de Swisscom Directories, qui est incluse dans l'EBIT de Search & Find. Le chiffre d'affaires sur le marché français augmente de 147% en raison de la croissance interne d'Amitel (+ 4%) et de l'apport du groupe Bégécom, acquis en novembre 2007, dont l'intégration occasionne encore des coûts durant le 1<sup>er</sup> semestre.

Les produits online du joint-venture conclu avec Swisscom, commercialisés par Search & Find, rencontrent un grand succès. Les ventes de ces produits progressent de 19.4% et représentent au 1<sup>er</sup> semestre CHF 18.6 millions, soit 25% du total du chiffre d'affaires publicitaire du joint-venture. Actuellement, les produits online représentent plus de 40% des ordres qui sont acquis en portefeuille. Cette évolution positionne le joint-venture et Search & Find comme l'un des principaux acteurs du marché de la publicité sur Internet en Suisse. La concurrence est intense avec d'autres portails ou moteurs de recherche. Le lancement du nouveau site www.local.ch en automne 2008 donnera un élan supplémentaire à une dynamique déjà très satisfaisante. Sur le marché français, l'acquisition du groupe Bégécom donne, avec Amitel, une dimension nouvelle qui permet de lancer le portail www.local.fr durant le second semestre.

Diffusés à 4.1 millions d'exemplaires auprès de l'ensemble des quelque 4 millions de ménages et d'adresses professionnelles de Suisse, les annuaires imprimés conservent leur attrait aussi bien

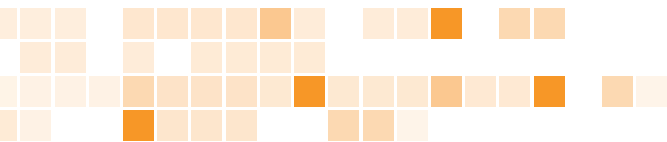
pour leurs utilisateurs que pour les annonceurs. A programme de parution constant, ils connaissent une légère diminution (- 5%) de leurs recettes publicitaires.

### Media Sales

Media Sales est le fruit de la réunion sous le même toit de toutes les activités du groupe dans la commercialisation des médias en Suisse et sur le plan international. Cette transformation, unique dans l'histoire du groupe de par son ampleur, est pour l'essentiel achevée conformément aux objectifs et accomplie par un encadrement en grande partie renouvelé. Un tel processus absorbe d'importantes ressources et induit inévitablement des perturbations passagères dans le déroulement des affaires au jour le jour. Malgré cela, les frais généraux connaissent une première diminution de 3.1%. Dans le même temps, le chiffre d'affaires de Media Sales a diminué de 7.1% pour atteindre CHF 925 millions. Les marchés publicitaires sont pénalisés dans toutes les régions par un climat conjoncturel incertain. Le recul est cependant en grande partie attribuable à un brusque creux survenu sur le marché suisse au mois de juin (- 23%), créant un manque à gagner au niveau de l'EBIT que l'on peut estimer à quelque CHF 4.4 millions pour ce seul mois. Ce phénomène sans précédent a touché tous les médias; une explication donnée est la réticence des annonceurs à communiquer alors que l'attention du public était entièrement dédiée à l'EURO 2008.

La valeur ajoutée/marge brute de Media Sales diminue de 8.6% pour atteindre CHF 144.9 millions; le taux de marge brute (taux de commission moyen sur les ventes) passe de 15.9% à 15.7%, ensuite des changements intervenus dans le portefeuille des médias représentés et la structure des ventes.

L'EBIT de Media Sales – CHF 1.8 million – est ainsi doublement pénalisé par les perturbations passagères inhérentes à toute phase de réorganisation profonde et par la baisse du chiffre d'affaires de 7.1%, qui expliquent sa diminution de CHF 8.8 millions. Le caractère unique des coûts liés à la réorganisation, la présence sur le marché de nouvelles structures désormais stabilisées et des réductions supplémentaires de frais généraux permettent d'attendre un meilleur 2<sup>e</sup> semestre, sauf nouvelle aggravation de la conjoncture.



#### *Evolution par marché géographique et par média :*

En Suisse (-8.1%), Media Sales subit le creux déjà évoqué du mois de juin. Les ventes de publicité presse (-7.6%) sont également influencées par l'évolution sur les places de Bâle et de Winterthour, où Media Sales ne représente plus les journaux régionaux Basler Zeitung et Landbote sur une base exclusive. Les différentes catégories de publicité presse connaissent des évolutions différenciées: +1.1% pour les offres d'emploi, -7.6% pour la publicité commerciale, -8.7% pour la publicité occasionnelle et -25.8% pour les annonces immobilières. Les ventes de publicité online marquent légèrement le pas (-1.7%) et doivent être redynamisées au sein de Media Sales en Suisse. La publicité pour les cinémas s'améliore sur le plan local (+11%) mais sont toujours à un bas niveau (-7%) au niveau national. Les ventes pour la télévision (+42%) connaissent un meilleur développement en raison de l'extension des activités pour la chaîne 3+.

Sur les marchés internationaux, les ventes sont en recul (-6.7%) sous l'effet de l'évolution du cours des monnaies. A taux de change constant, le chiffre d'affaires est stable. Toujours à taux de change constant, les ventes progressent de 2.5% en Europe, diminuent de 12.1% en Amérique ensuite de la fermeture en 2007 des départements «domestiques» au profit d'une concentration sur les activités internationales, et reculent de 1.3% en Asie en raison d'un recul des ventes sur le marché domestique chinois; les deux nouvelles sociétés créées en joint-venture à Beijing et Shanghai avec un groupe chinois n'ont pas encore véritablement démarré leurs activités. Avec l'impact des fluctuations des cours des monnaies, les évolutions sont de -2% en Europe, -25% en Amérique et -11.5% en Asie. Le chiffre d'affaires online de Media Sales est en croissance de 50.9% sur le plan international.

#### **Custom Publishing**

Custom Publishing développe et crée des solutions médias professionnelles sur mesure pour des compagnies aériennes (inflight entertainment) et d'autres entreprises ou institutions. Avec le groupe Emphasis, ce segment est fortement implanté en Asie dans le secteur de l'inflight entertainment, c'est-à-dire l'information et le divertissement à bord des avions. Acquis en février 2008, le groupe suisse Denon constitue la tête de pont à partir de laquelle PubliGroupe prévoit de lancer l'extension de son réseau de Custom Publishing en Europe. Custom Publishing oriente de manière systématique ses services à la fois sur les médias imprimés, audiovisuels et le web.

Les ventes de Custom Publishing diminuent de 26.4% (-15.8% à taux de change constant) en raison de l'impact, sur le 1<sup>er</sup> semestre 2007, du contrat «Cathay Pacific» qu'Emphasis n'a pas pu renouveler dès l'été 2007. Le potentiel de croissance d'Emphasis demeure intact; ce groupe a pu gagner de nouveaux contrats depuis lors, notamment avec Singapore Airlines ou CNN Traveller. Certains ne prendront cependant effet qu'à partir de 2009.

L'intégration de Denon (cinq mois uniquement) s'effectue conformément aux attentes mais ne compense pas le recul d'Emphasis sur le 1<sup>er</sup> semestre. En revanche, la marge brute (valeur ajoutée) de Custom Publishing augmente de 4.8%. L'EBIT atteint CHF 1.2 million.

#### **Digital & Marketing Services**

Ce segment constitue un pôle de croissance et un positionnement stratégique importants pour le groupe. Il regroupe une panoplie de services marketing à orientations internationale et interactive, destinés aux annonceurs et agences.

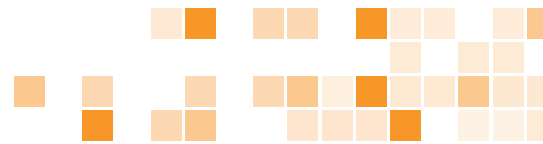
Il comprend les sociétés namics (consulting/services e-business – Suisse et Allemagne – ventes: CHF 19.7 millions /+ 30.3%), SVBmedia (services marketing et médias – Hollande – ventes: CHF 99.3 millions) et zanox (affiliate & search marketing – présent dans plus de 30 pays – ventes totales du groupe zanox: CHF 157 millions /+ 28.2%).

zanox, acquis en commun avec Axel Springer en juillet 2007, est encore entièrement consolidé par mise en équivalence (40%). Sa restructuration financière est en cours. Son entrée en vigueur interviendra après l'aboutissement des démarches encore pendantes devant les autorités fiscales. La responsabilité des marchés géographiques du groupe zanox et leur développement seront répartis dans deux sociétés opérant sous la marque unique zanox. PubliGroupe et Axel Springer détiendront chacun la majorité (65%) d'une des deux sociétés et une minorité (35%) dans l'autre. PubliGroupe sera majoritaire dans la société responsable des marchés suisse, français, espagnol, italien, asiatiques et d'Amérique latine. Vu son importance stratégique, l'impact de cette structure est indiqué en page 2.

Avec zanox, Digital & Marketing Services réalise des ventes pour CHF 171.9 millions, dont 62% dans le domaine digital & interactif et 91% sur les marchés internationaux. La marge brute (valeur ajoutée) atteint CHF 36.1 millions et l'EBIT CHF 5.1 millions. Avec le groupe zanox consolidé par mise en équivalence, les ventes atteignent CHF 122.7 millions, la marge brute CHF 26.7 millions et l'EBIT CHF 2.8 millions.

#### **Corporate et autres**

Ce segment comprend comme auparavant les sociétés IT du groupe, les participations du groupe dans le domaine de l'édition, les immeubles ainsi que les services centraux. Il s'agit pour l'essentiel d'un centre de coûts, qui présente un EBIT positif en raison du gain de CHF 42.5 millions réalisé sur la vente d'un immeuble libéré par Media Sales à Zurich.



## COMPTES CONSOLIDÉS SEMESTRIELS AU 30 JUIN 2008 //

(NON AUDITÉS)

### Bilans consolidés

en millions de CHF

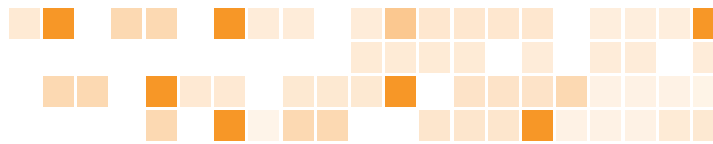
	Notes	au 30 juin 2008	au 31 décembre 2007
<b>Actif</b>			
Trésorerie et équivalents de trésorerie		70.2	87.1
Titres		22.6	23.2
Débiteurs		374.9	391.4
Impôts à recevoir		0.8	0.8
Actifs transitoires		107.3	70.0
Actifs destinés à être cédés	(6)	17.2	39.8
<b>Actif courant</b>		<b>593.0</b>	<b>612.3</b>
Terrains et immeubles de placement		41.4	19.4
Terrains et immeubles de propre usage		36.3	58.9
Autres immobilisations corporelles		16.2	15.7
Immobilisations incorporelles		85.3	80.5
Participations dans des sociétés associées		338.5	347.8
Actifs financiers	(7)	184.0	193.6
Actifs d'impôts différés		5.0	4.8
<b>Actif non courant</b>		<b>706.7</b>	<b>720.7</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>1'299.7</b>	<b>1'333.0</b>
<b>Passif</b>			
Dettes à court terme		199.8	180.1
Créanciers		297.1	280.5
Impôts à payer		12.6	8.4
Passifs transitoires		98.8	112.7
Provisions à court terme		4.1	5.8
Passifs destinés à être cédés	(6)	-	14.9
<b>Fonds étrangers courants</b>		<b>612.4</b>	<b>602.4</b>
Dettes à long terme		30.3	32.4
Passifs d'impôts différés		23.4	23.6
Autres provisions à long terme		11.4	12.0
<b>Fonds étrangers à long terme</b>		<b>65.1</b>	<b>68.0</b>
<b>Fonds étrangers</b>		<b>677.5</b>	<b>670.4</b>
Capital-actions PubliGroupe S.A.		2.5	2.5
Propres actions		(84.2)	(57.5)
Réserves		633.8	651.0
<b>Fonds propres, part des actionnaires de PubliGroupe S.A.</b>		<b>552.1</b>	<b>596.0</b>
Part des actionnaires minoritaires		70.1	66.6
<b>Total des fonds propres</b>		<b>622.2</b>	<b>662.6</b>
<b>Total du passif</b>		<b>1'299.7</b>	<b>1'333.0</b>

## Comptes de résultats consolidés

en millions de CHF

	Notes	1er semestre 2008	1er semestre 2007	Evolution
Chiffre d'affaires		1'108.3	1'074.7	+ 3.1%
Achats		(844.3)	(802.7)	+ 5.2%
Réductions sur recettes		(51.1)	(56.0)	- 8.8%
<b>Marge brute</b>		<b>212.9</b>	<b>216.0</b>	<b>- 1.4%</b>
Charges de personnel		(156.4)	(152.1)	+ 2.8%
Charges de gestion		(50.3)	(46.8)	+ 7.5%
Autres charges et produits	(6)	45.4	7.3	+ 521.9%
<b>Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)</b>		<b>51.6</b>	<b>24.4</b>	<b>+ 111.5%</b>
Amortissements		(7.1)	(6.2)	+ 14.5%
Pertes de valeur		-	(0.2)	-
Part au résultat des sociétés associées		17.4	19.4	- 10.3%
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>		<b>61.9</b>	<b>37.4</b>	<b>+ 65.5%</b>
Produits financiers	(7)	4.3	36.2	- 88.1%
Charges financières		(4.1)	(1.2)	+ 241.7%
<b>Résultat financier net</b>		<b>0.2</b>	<b>35.0</b>	<b>- 99.4%</b>
<b>Résultat avant impôts</b>		<b>62.1</b>	<b>72.4</b>	<b>- 14.2%</b>
Impôts	(8)	(15.0)	(9.1)	+ 64.8%
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>		<b>47.1</b>	<b>63.3</b>	<b>- 25.6%</b>
Résultat net des activités abandonnées		-	(2.9)	-
<b>Résultat net</b>		<b>47.1</b>	<b>60.4</b>	<b>- 22.0%</b>
Résultat net attribuable aux :				
- Actionnaires minoritaires		3.2	2.0	+ 60.0%
<b>- Actionnaires de PubliGroupe S.A.</b>		<b>43.9</b>	<b>58.4</b>	<b>- 24.8%</b>
<b>Résultat par action</b>				
Résultat de base par action		19.05	24.29	- 21.6%
Résultat dilué par action		19.05	24.28	- 21.5%

Les chiffres comparatifs 2007 ont été retraités pour tenir compte des activités abandonnées, voir note 6.



## Tableaux des flux de trésorerie consolidés

en millions de CHF

	Notes	1er semestre 2008	1er semestre 2007
Résultat net des activités poursuivies		47.1	63.3
Reprise d'éléments non monétaires	(12)	(39.2)	(40.0)
Dividendes versés à des minoritaires par des sociétés du groupe		(8.1)	(0.9)
Dividendes encaissés		15.2	16.7
Intérêts reçus		1.2	2.0
Intérêts payés		(3.7)	(0.4)
Impôts payés	(8)	(5.2)	(8.4)
Utilisation des provisions		(2.1)	(1.9)
Variation du fonds de roulement		(11.6)	(42.0)
<b>Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles</b>		<b>(6.4)</b>	<b>(11.6)</b>
Investissements en immobilisations corporelles		(4.9)	(3.8)
Désinvestissements d'immobilisations corporelles	(6)	67.0	0.2
Investissements en immobilisations incorporelles		(0.9)	(0.3)
Acquisitions de filiales	(5)	(14.1)	(2.3)
Acquisitions de sociétés associées		(1.0)	-
Cessions de filiales	(6)	3.0	-
Investissements en actifs financiers		(14.8)	(4.0)
Désinvestissements d'actifs financiers		6.9	4.2
Impôts payés	(8)	(6.6)	-
<b>Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement</b>		<b>34.6</b>	<b>(6.0)</b>
Augmentation des dettes bancaires		19.8	25.0
Financement par des actionnaires minoritaires		0.4	-
Acquisitions de propres actions	(9)	(37.9)	-
Ventes de propres actions et options	(9)	5.8	3.6
Augmentation du capital-actions		0.4	0.7
Dividende versé aux actionnaires de PubliGroupe S.A.	(10)	(29.7)	(28.7)
<b>Flux de trésorerie provenant des activités de financement</b>		<b>(41.2)</b>	<b>0.6</b>
Flux de trésorerie provenant d'activités abandonnées *		-	(0.2)
Trésorerie des activités abandonnées *		-	-
Effet des cours de change		(3.9)	0.8
<b>Variation de la trésorerie et des équivalents de trésorerie</b>		<b>(16.9)</b>	<b>(16.4)</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1er janvier</b>		<b>87.1</b>	<b>63.0</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au 30 juin</b>		<b>70.2</b>	<b>46.6</b>

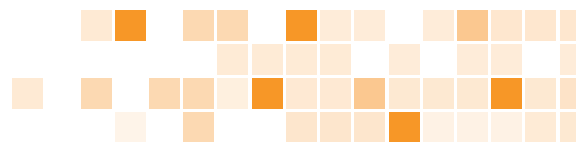
\* A l'exception de ces deux lignes, les tableaux des flux de trésorerie consolidés présentent les activités poursuivies.

Les chiffres comparatifs 2007 ont été retraités pour tenir compte des activités abandonnées, voir note 6.

## Etats des profits et pertes au bilan

en millions de CHF

Notes	Capital-actions PubliGroupe S.A.	Propres actions	Réserves provenant de primes d'émissions	Bénéfices accumulés	Différences de change cumulées	Réserve pour gains non réalisés	Fonds propres, part des actionnaires de PubliGroupe S.A.	Part des actionnaires minoritaires	Total des fonds propres
<b>Résultat de la période comptabilisé au compte de résultats au 30 juin 2007</b>				<b>58.4</b>			<b>58.4</b>	<b>2.0</b>	<b>60.4</b>
Différences de change					2.5		<b>2.5</b>		2.5
Variation de la juste valeur des instruments financiers									
– non réalisée						(6.7)	<b>(6.7)</b>		(6.7)
– réalisée (7)						(21.9)	<b>(21.9)</b>		(21.9)
Profits et pertes comptabilisés directement dans les fonds propres	-	-	-	-	2.5	(28.6)	<b>(26.1)</b>	-	(26.1)
<b>Total des profits et pertes comptabilisés au bilan au 30 juin 2007</b>	-	-	-	<b>58.4</b>	<b>2.5</b>	<b>(28.6)</b>	<b>32.3</b>	<b>2.0</b>	<b>34.3</b>
<b>Résultat de la période comptabilisé au compte de résultats au 30 juin 2008</b>				<b>43.9</b>			<b>43.9</b>	<b>3.2</b>	<b>47.1</b>
Différences de change					(13.4)		<b>(13.4)</b>	(0.2)	(13.6)
Variation de la juste valeur des instruments financiers									
– non réalisée						(15.0)	<b>(15.0)</b>		(15.0)
– réalisée						-	<b>-</b>		-
Profits et pertes comptabilisés directement dans les fonds propres	-	-	-	-	(13.4)	(15.0)	<b>(28.4)</b>	(0.2)	(28.6)
<b>Total des profits et pertes comptabilisés au bilan au 30 juin 2008</b>	-	-	-	<b>43.9</b>	<b>(13.4)</b>	<b>(15.0)</b>	<b>15.5</b>	<b>3.0</b>	<b>18.5</b>



## Etats des mouvements des fonds propres consolidés

en millions de CHF

Notes	Capital-actions PubliGroupe S.A.	Propres actions	Réserves provenant de primes d'émissions	Bénéfices accumulés	Différences de change cumulées	Réserve pour gains non réalisés	Fonds propres, part des actionnaires de PubliGroupe S.A.	Part des actionnaires minoritaires	Total des fonds propres
<b>Etat au 1er janvier 2007</b>	<b>2.5</b>	<b>(51.3)</b>	<b>4.3</b>	<b>569.2</b>	<b>1.6</b>	<b>81.1</b>	<b>607.4</b>	<b>58.6</b>	<b>666.0</b>
Total des profits et pertes comptabilisés au bilan au 30 juin 2007				58.4	2.5	(28.6)	<b>32.3</b>	2.0	34.3
Augmentation du capital-actions			0.7				<b>0.7</b>		0.7
Variation nette des propres actions		5.0					<b>5.0</b>		5.0
Rémunération fondée sur des actions et options		1.3		(0.4)			<b>0.9</b>		0.9
Dividendes				(28.7)			<b>(28.7)</b>		(28.7)
Total des distributions et transactions avec les actionnaires de la société mère	-	6.3	0.7	(29.1)	-	-	<b>(22.1)</b>	-	(22.1)
Mouvement net avec les actionnaires minoritaires							-	(1.5)	(1.5)
<b>Etat au 30 juin 2007</b>	<b>2.5</b>	<b>(45.0)</b>	<b>5.0</b>	<b>598.5</b>	<b>4.1</b>	<b>52.5</b>	<b>617.6</b>	<b>59.1</b>	<b>676.7</b>
<b>Etat au 1er janvier 2008</b>	<b>2.5</b>	<b>(57.5)</b>	<b>5.0</b>	<b>613.8</b>	<b>2.3</b>	<b>29.9</b>	<b>596.0</b>	<b>66.6</b>	<b>662.6</b>
Total des profits et pertes comptabilisés au bilan au 30 juin 2008				43.9	(13.4)	(15.0)	<b>15.5</b>	3.0	18.5
Augmentation du capital-actions	-		0.3				<b>0.3</b>		0.3
Variation nette des propres actions (9)		(28.4)		(2.1)			<b>(30.5)</b>		(30.5)
Rémunération fondée sur des actions et options		1.7		(1.2)			<b>0.5</b>		0.5
Dividendes (10)				(29.7)			<b>(29.7)</b>		(29.7)
Total des distributions et transactions avec les actionnaires de la société mère	-	(26.7)	0.3	(33.0)	-	-	<b>(59.4)</b>	-	(59.4)
Mouvement net avec les actionnaires minoritaires							-	0.5	0.5
<b>Etat au 30 juin 2008</b>	<b>2.5</b>	<b>(84.2)</b>	<b>5.3</b>	<b>624.7</b>	<b>(11.1)</b>	<b>14.9</b>	<b>552.1</b>	<b>70.1</b>	<b>622.2</b>

## Informations sectorielles

### 1er semestre 2008

en millions de CHF

	Search & Find	Media Sales	Custom Publishing	Digital & Marketing Services	Corporate et autres	Elimination	Total
Chiffre d'affaires avec des tiers	47.0	923.5	13.9	120.8	3.1		1'108.3
Chiffre d'affaires inter-secteur		1.5	0.6	1.9	18.9	(22.9)	-
<b>Total chiffre d'affaires</b>	<b>47.0</b>	<b>925.0</b>	<b>14.5</b>	<b>122.7</b>	<b>22.0</b>	<b>(22.9)</b>	<b>1'108.3</b>
Marge brute	38.5	144.9	6.6	26.7	16.9	(20.7)	212.9
Part au résultat des sociétés associées	13.2	0.2		0.8	3.2		17.4
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>	<b>20.4</b>	<b>1.8</b>	<b>1.2</b>	<b>2.8</b>	<b>35.7</b>		<b>61.9</b>
Résultat financier net							0.2
Impôts							(15.0)
Résultat net des activités abandonnées							-
Part des actionnaires minoritaires							(3.2)
<b>Résultat net, part de PubliGroupe S.A.</b>							<b>43.9</b>
<b>Autres informations</b>							
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	1.7	1.4	9.7	0.7	1.9		15.4
Amortissements	(0.6)	(2.3)	(0.3)	(0.9)	(3.0)		(7.1)
Pertes de valeur							-
Effectif du personnel	576	1'842	106	337	194		3'055

### 1er semestre 2007

en millions de CHF

	Search & Find	Media Sales	Custom Publishing	Digital & Marketing Services	Corporate et autres	Elimination	Total
Chiffre d'affaires avec des tiers	49.6	994.2	15.4	12.5	3.0		1'074.7
Chiffre d'affaires inter-secteur		1.7	4.3	2.3	17.1	(25.4)	-
<b>Total chiffre d'affaires</b>	<b>49.6</b>	<b>995.9</b>	<b>19.7</b>	<b>14.8</b>	<b>20.1</b>	<b>(25.4)</b>	<b>1'074.7</b>
Marge brute	41.3	158.6	6.3	14.5	14.7	(19.4)	216.0
Part au résultat des sociétés associées	15.1	0.4			3.9		19.4
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>	<b>22.6</b>	<b>10.6</b>	<b>2.1</b>	<b>0.6</b>	<b>1.5</b>		<b>37.4</b>
Résultat financier net							35.0
Impôts							(9.1)
Résultat net des activités abandonnées							(2.9)
Part des actionnaires minoritaires							(2.0)
<b>Résultat net, part de PubliGroupe S.A.</b>							<b>58.4</b>
<b>Autres informations</b>							
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0.8	5.6	0.3	0.2	1.8		8.7
Amortissements	(0.4)	(2.8)	(0.1)	(0.2)	(2.7)		(6.2)
Pertes de valeur		(0.2)					(0.2)
Effectif du personnel	515	1'882	93	204	190		2'884

Les chiffres comparatifs 2007 ont été retraités, d'une part, pour refléter la nouvelle organisation interne et, d'autre part, pour tenir compte des activités abandonnées, voir note 6.

## Annexe aux comptes consolidés semestriels

### 1. Base de présentation

Les comptes consolidés semestriels, non audités, sont conformes à la loi suisse concernant les sociétés anonymes ainsi qu'à la norme IAS 34 Information financière intermédiaire publiée par l'International Accounting Standards Board (IASB). Les principes comptables et les modalités de calcul sont les mêmes que ceux appliqués aux comptes consolidés arrêtés au 31 décembre 2007. Les nouvelles interprétations qui sont en vigueur dès l'exercice 2008 n'étaient pas applicables au Groupe ou sans impact significatif sur les comptes consolidés semestriels.

### 2. Périmètre de consolidation

Au 30 juin 2008, le périmètre de consolidation s'est modifié de la façon suivante :

#### Acquisitions :

- 15 février 2008 : acquisition de 100% des quatre sociétés du groupe Denon pour un montant de CHF 9.5 millions dont CHF 0.3 million sont payables ultérieurement.
- 23 juin 2008 : acquisition de 39% de Fantastic Zero GmbH pour un montant de EUR 0.5 million (CHF 0.8 million).

#### Créations :

- 18 mars 2008 : création de Shanghai Publicitas City Media Adv Co Ltd en partenariat avec le groupe City Media. PubliGroupe détient 51% de cette société.
- 7 avril 2008 : création de Beijing Publicitas City Media Adv Co Ltd en partenariat avec le groupe City Media. PubliGroupe détient 49% de cette société.

#### Changement de méthode de consolidation :

- Activités abandonnées : voir note 6.

Au 30 juin 2008, la scission de Zanox.de AG en deux sociétés, prévue initialement au 1<sup>er</sup> janvier 2008, n'a pas encore été réalisée. Par conséquent, la société continue d'être consolidée par mise en équivalence au 30 juin 2008.

### 3. Conversion des devises étrangères

Les principaux cours suivants sont utilisés pour la conversion des chiffres des bilans et comptes de résultats en francs suisses :

#### Devises

		2008	2007	2008	2007
		1er sem.	1er sem.	30.06.	31.12.
		Cours	Cours	Cours	Cours
		moyen	moyen	du jour	du jour
AUD	1	0.9684	0.9968	0.9796	0.9895
CAD	1	1.0363	1.0945	1.0064	1.1531
CNY	100	14.7810	15.9330	14.7950	15.4600
EUR	1	1.6024	1.6360	1.6048	1.6599
GBP	1	2.0585	2.4252	2.0247	2.2569
HKD	100	13.3050	15.7026	13.0120	14.4740
INR	1	0.0254	0.0290	0.0236	0.0286
SGD	1	0.7522	0.8035	0.7474	0.7811
USD	1	1.0370	1.2270	1.0149	1.1291

### 4. Saisonnalité

La société Swisscom Directories AG, consolidée par mise en équivalence, connaît une forte saisonnalité. En effet, une part substantielle de son résultat est réalisée durant le premier semestre. Les sociétés consolidées globalement de la division PubliDirect connaissent, dans une moindre mesure, une saisonnalité inverse de celle de Swisscom Directories AG.

Les autres divisions ne présentent pas de comportement cyclique prononcé.

## 5. Acquisitions de filiales

La juste valeur des actifs nets à la date de l'acquisition se présente comme suit :

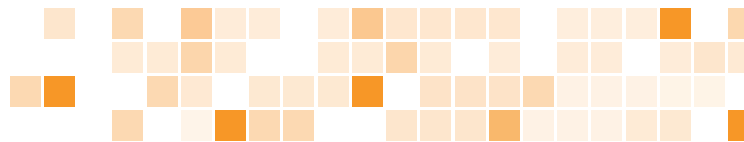
en millions de CHF	2008	2007
Débiteurs	0.9	7.6
Autres actifs courants	0.8	0.7
Immobilisations corporelles	0.2	0.8
Immobilisations incorporelles	2.5	-
Créanciers	(0.5)	(6.1)
Dettes financières	-	(1.2)
Passifs d'impôts différés, provisions	(0.6)	-
Autres dettes	(0.4)	(0.4)
Actifs nets	2.9	1.4
Attribuables aux minoritaires et/ou acquis précédemment	-	(0.7)
Goodwill sur sociétés consolidées	6.6	2.2
<b>Total acquis</b>	<b>9.5</b>	<b>2.9</b>
Trésorerie acquise	(0.7)	(0.6)
A payer lors d'exercices ultérieurs	(0.3)	-
Paiements résultant d'acquisitions d'années antérieures	5.6	-
<b>Total du flux de trésorerie utilisé pour des acquisitions de filiales</b>	<b>14.1</b>	<b>2.3</b>

Le goodwill provenant des acquisitions représente des actifs qui ne peuvent pas être comptabilisés ni mesurés de manière fiable, principalement la croissance attendue à long terme et les synergies des produits et des charges. Il reflète la valeur future actualisée des sociétés acquises. Les relations clients et les droits d'édition sont comptabilisés séparément comme immobilisations incorporelles.

Les valeurs comptables des actifs et passifs déterminés selon les normes IFRS juste avant les acquisitions ne diffèrent pas de manière significative des justes valeurs présentées ci-dessus, à l'exception toutefois des immobilisations incorporelles (CHF 2.5 millions), des impôts différés liés à ces immobilisations (CHF 0.6 million) et du goodwill.

Ces acquisitions n'ont pas eu d'impact significatif sur le chiffre d'affaires du groupe, ni sur le résultat net attribuable aux actionnaires de PubliGroupe SA.

Si ces acquisitions avaient eu lieu au 1<sup>er</sup> janvier 2008, l'impact sur le chiffre d'affaires et le résultat net attribuable aux actionnaires de PubliGroupe n'aurait pas été significatif.



## 6. Autres charges et produits

La cession au 1<sup>er</sup> janvier 2008 de la participation dans local.ch, qui figurait dans les comptes consolidés au 31 décembre 2007 comme « activité abandonnée », a généré un bénéfice de CHF 0.3 million. Cette filiale détenue auparavant par PubliDirect Holding AG a été cédée à Swisscom Directories AG entraînant de ce fait une diminution de 2% du pourcentage détenu par PubliGroupe (de 51% à 49%). Les liquidités reçues dans le cadre de cette cession figurent dans le tableau des flux de trésorerie dans la rubrique « Cessions de filiales ». Le résultat net de local.ch au premier semestre 2007 a été retraité et figure désormais sous « Résultat net des activités abandonnées ».

Durant le 1<sup>er</sup> semestre 2008, deux immeubles présentés comme actifs destinés à être cédés au 31 décembre 2007 ont été vendus. Le gain réalisé sur ces ventes s'élève à CHF 43.0 millions et les impôts y relatifs à CHF 9.0 millions. Les liquidités reçues dans le cadre de ces ventes figurent dans le tableau des flux de trésorerie dans la rubrique « Désinvestissements d'immobilisations corporelles ».

## 7. Produits financiers

Au 30 juin 2007, les produits financiers comprenaient essentiellement le bénéfice de CHF 29.2 millions (USD 23.8 millions) sur la vente des titres 24/7 Real Media Inc.

## 8. Impôts

La charge d'impôts sur le résultat au 30 juin est calculée sur la base de la meilleure estimation du taux d'impôt qui sera applicable au résultat total annuel. L'augmentation significative au 30 juin 2008 résulte des impôts dus sur le gain réalisé lors de la cession de deux immeubles (voir note 6). Les impôts payés totaux au 30 juin 2008 s'élèvent à CHF 11.8 millions.

## 9. Propres actions

Durant le premier semestre 2008, PubliGroupe a acheté 123'794 propres actions et en a vendu 25'944. Durant la même période en 2007, 263 propres actions avaient été acquises et 12'613 cédées.

## 10. Dividende

L'assemblée générale du 30 avril 2008 a décidé de distribuer un dividende de CHF 13.– par action, versé aux actionnaires le 8 mai 2008.

## 11. Actifs et passifs éventuels

Aucun changement n'est intervenu durant le 1<sup>er</sup> semestre 2008.

## 12. Reprise d'éléments non monétaires

en millions de CHF

	1er semestre 2008	1er semestre 2007
Part au résultat des sociétés associées	(17.4)	(19.4)
Charges sans effet monétaire	2.5	4.9
Produits sans effet monétaire	(46.2)	(6.0)
Amortissements	7.1	6.2
Pertes de valeur	-	0.2
Résultat financier net	(0.2)	(35.0)
Impôts	15.0	9.1
<b>Total reprises d'éléments non monétaires</b>	<b>(39.2)</b>	<b>(40.0)</b>

Les chiffres comparatifs 2007 ont été retraités pour tenir compte des activités abandonnées, voir note 6.

## 13. Evénements postérieurs à la date du bilan

Aucun événement significatif nécessitant un ajustement des comptes consolidés semestriels ou une information n'a eu lieu entre la date du bilan et la date d'autorisation de publication.

## 14. Publication du rapport semestriel

La publication des comptes consolidés semestriels de PubliGroupe a été autorisée par le conseil d'administration le 22 août 2008.

Ce rapport est disponible en français, allemand et anglais.

Pages 1 à 5: version originale en français

Pages 6 à 15: version originale en anglais

