

Lettre aux actionnaires



Forte dynamique de croissance des recettes publicitaires en Suisse.
 Recul des marges en raison de frais de redevances plus élevés pour des contrats stratégiques.
 Poursuite du développement du portefeuille d'offres numériques.
 Nouvelles structures agiles pour la numérisation, les données et l'innovation.

En bref

- Augmentation des revenus publicitaires en Suisse de 5.4% à CHF 145.0 millions.
- Recul des revenus publicitaires en raison des effets de change en Serbie de –2.8%
- Marge d'EBITDA: 19.4% (période correspondante de l'exercice précédent: 24.1%)
- Marge d'EBIT: 16.0% (période correspondante de l'exercice précédent: 19.5%)
- Baisse du résultat net du groupe de 14.8%

Chiffres clés

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2018	Variation
Revenus publicitaires	152 262	145 105	4.9%
– Suisse	144 994	137 629	5.4%
– International	7 269	7 476	–2.8%
Recettes d'exploitation	153 127	146 606	4.4%
EBITDA	29 741	35 339	–15.8%
– en % des recettes d'exploitation	19.4%	24.1%	
EBIT	24 441	28 609	–14.6%
– en % des recettes d'exploitation	16.0%	19.5%	
Résultat net du groupe	19 386	22 746	–14.8%
– en % des recettes d'exploitation	12.7%	15.5%	
Cash flow¹	24 266	28 293	–14.2%
Cash flow disponible²	9 807	1 380	
Investissements immobilisations corporelles	2 738	2 159	26.8%
– supports publicitaires	2 168	1 333	62.6%
– autres immobilisations	570	826	–31.0%
Bénéfice par action, en CHF	6.46	7.59	–14.9%

EBITDA: résultat d'exploitation avant intérêts, impôts, amortissements des immobilisations corporelles et amortissements des immobilisations incorporelles

EBIT: résultat d'exploitation avant intérêts et impôts

¹ Cash flow opérationnel sans modifications des actifs circulants nets (voir page 13 Flux de trésorerie consolidés)

² Cash flow provenant des activités d'exploitation (cash flow opérationnel) kCHF 12 505 (exercice précédent 4 389) moins le cash flow provenant des investissements kCHF 2 698 (exercice précédent 3 009), (voir page 13 Flux de trésorerie consolidés)

Madame, Monsieur, chers actionnaires,

Evolution générale des affaires

Au premier semestre 2019, les revenus publicitaires du groupe ont atteint CHF 152.3 millions, soit, avec une progression de 4.9%, nettement plus que celles de la période correspondante de l'exercice précédent. En Suisse, la croissance a atteint 5.4%.

Cette évolution satisfaisante repose sur une légère augmentation des recettes des supports publicitaires analogiques, complétée par une forte croissance des offres publicitaires numériques. Alma Quattro, notre société affiliée en Serbie, a enregistré une faible progression en monnaie locale, qui a toutefois résulté en un recul des recettes de 2.8% en CHF en raison des effets de change.

Malgré l'accroissement très favorable des revenus publicitaires au niveau du groupe, le résultat net du groupe a baissé de 14.8% à CHF 19.4 millions. Ceci est dû principalement aux frais de redevances plus élevés pour de grands contrats stratégiques, qui entraînent certes un recul des marges à court et moyen terme, mais qui sont néanmoins décisifs pour la position concurrentielle à long terme d'APG|SGA en tant qu'entreprise leader de la publicité extérieure en Suisse aussi bien sur le marché de l'analogique que sur celui du numérique.

En raison de l'attrait soutenu et des bonnes perspectives d'avenir du marché de la publicité extérieure, l'intensité de la concurrence s'est encore renforcée sur le marché suisse. Il en est d'autant plus réjouissant qu'APG|SGA ait pu remporter de nouveaux appels d'offres importants pendant le premier semestre 2019. De plus, il a été possible d'étoffer encore le large portefeuille de contrats et de produits – en particulier dans le domaine des offres numériques.

Groupe APG|SGA

Au premier semestre 2019, le groupe APG|SGA a atteint des revenus publicitaires totales de CHF 152.3 millions, ce qui correspond à une croissance des revenus de 4.9%. Les revenus immobiliers de CHF 0.8 millions se sont établis 3.5% plus haut que pendant la période correspondante de l'exercice précédent. Pendant le semestre sous revue, les autres revenus d'exploitation n'ont atteint que CHF 26 000 – alors qu'ils s'étaient établis à CHF 0.7 millions pendant la même période de l'exercice précédent. Les autres revenus d'exploitation comprennent les gains sur la cession d'immobilisations corporelles qui ne sont plus nécessaires. Ainsi, pour le premier semestre 2019, les revenus d'exploitation s'élèvent à CHF 153.1 millions, ce qui correspond à une augmentation de 4.4%.

Les frais de redevances et commissions par rapport aux revenus d'exploitation se montent au premier semestre 2019 à 50.9%, soit nettement au-dessus du niveau de la période correspondante de l'exercice précédent qui était de 45.7%. Cette augmentation est due à l'intensification de la concurrence sur le marché des acquisitions. Les frais de personnel ont été du même ordre qu'à la même période de l'exercice précédent. Pendant la période sous revue, les frais d'exploitation et d'administration ont crû de 8.7%. Cette augmentation est due aux coûts de déploiement de plates-formes numériques de réservation et de traitement ainsi qu'à des frais supplémentaires dans les domaines de la numérisation et du développement des prestations numériques. Par rapport à la même période de l'exercice écoulé, les marges opérationnelles ont diminué en raison des frais de redevances plus élevées et ont atteint 19.4% au niveau de l'EBITDA (exercice précédent 24.1%) et 16.0% au niveau de l'EBIT (exercice précédent 19.5%).

Le résultat net du groupe pour le premier semestre 2019 s'élève à CHF 19.4 millions, en baisse de 14.8% par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

Cash flow

Au premier semestre 2019, le cash flow a atteint CHF 24.3 millions (même période de l'exercice précédent CHF 28.3 millions). Le cash flow provenant des activités d'exploitation (cash flow opérationnel) s'élève à CHF 12.5 millions (même période de l'exercice précédent CHF 4.4 millions). Le cash flow provenant des activités d'exploitation est soumis à des fluctuations saisonnières et est inférieur au premier semestre de l'année par rapport au second. Après des investissements dans des immobilisations corporelles de CHF 2.7 millions, le cash flow disponible s'établit à CHF 9.8 millions.

Bilan

Au premier semestre 2019, le total du bilan a baissé de CHF 44.9 millions pour s'établir à CHF 156.8 millions.

En raison d'investissements plus faibles, les actifs immobilisés ont diminué de CHF 2.9 millions à CHF 89.2 millions. Les immobilisations incorporelles se sont montées à CHF 22.1 millions, ce qui représente 14.1% du total du bilan.

Les actifs circulants ont baissé de CHF 42.0 millions, principalement en raison du versement du dividende. Au 30.06.2019, les liquidités s'élevaient à CHF 10.3 millions.

Les capitaux propres se montent à CHF 55.7 millions, ce qui correspond à un degré d'autofinancement de 35.6%.

Marché suisse

Au premier semestre 2019, les revenus publicitaires en Suisse ont atteint CHF 145 millions, soit 5.4% de plus que l'année précédente. L'évolution du chiffre d'affaires d'APG|SGA pour le premier semestre bat ainsi nettement les chiffres clés correspondants pour l'ensemble du marché publicitaire des médias classiques. En particulier, les recettes publicitaires provenant des supports publicitaires numériques ont connu une évolution positive.

Au cours du premier semestre 2019, les activités se sont concentrées sur l'expansion de l'inventaire numérique. Ainsi, l'offre sur les sites des CFF s'élargit progressivement. De plus, dans les villes de Zurich, Lugano et Coire, de nouveaux ePanels ont été mis en service en février aux meilleurs emplacements. Ainsi, APG|SGA dispose d'un réseau numérique national de publicité extérieure qui est étendu en permanence et qui comprend déjà nettement plus de 500 écrans grand format.

L'offre de publicité mobile « aymo » permet le ciblage mobile le plus précis de Suisse et repose sur une connexion de données directe à des applications mobiles de haute qualité et de grande portée. Le portefeuille aymo, qui a été doté en avril d'une solution « replay-target » supplémentaire, complète de façon idéale pour les annonceurs locaux, nationaux et internationaux l'offre totale de publicité analogique et numérique d'APG|SGA qui inclut tous les espaces de communication, y compris les surfaces de promotion.

Au premier semestre 2019, à l'occasion de divers appels d'offres, APG|SGA a pu encore optimiser son portefeuille de contrats et créer de bonnes conditions pour la poursuite de sa croissance.

L'adjudication suite à l'appel d'offres de la société Flughafen Zürich AG, qui a permis à APG|SGA de s'imposer face à plusieurs concurrents sur la base de critères qualitatifs et quantitatifs, constitue un jalon très important et extrêmement satisfaisant. A partir du 1^{er} janvier 2020, APG|SGA sera le nouveau partenaire de

commercialisation exclusif pour toutes les surfaces publicitaires analogiques et numériques de l'aéroport de Zurich avec toutes les zones de promotion de marques et les formats spéciaux, y compris les megaposters dans les parkings. Avec son partenaire JCDecaux, elle continuera de développer l'offre attrayante à un niveau de qualité élevé et de façon novatrice.

De même, APG|SGA a remporté notamment l'appel d'offres de la société de chemins de fer Sihltal Zürich Uetliberg Bahn SZU – qui comprend des possibilités intéressantes de numérisation – ainsi que divers lots mis en adjudication par le canton de Zurich.

A l'issue d'un appel d'offres de la ville de Berne portant sur une concession d'affichage analogique, le marché a été attribué à deux concurrents sur la base de critères financiers. Néanmoins, avec ses prestations sur le domaine privé, APG|SGA continuera de proposer, même à partir du 1^{er} janvier 2020, la plus grande offre de surfaces d'affichage rues de la ville. Avec ses offres complémentaires analogiques et numériques à la gare ainsi que sur et dans les véhicules de BernMobil, APG|SGA reste de loin le numéro un dans la ville fédérale et dans toute l'agglomération.

La force principale d'APG|SGA réside dans son large portefeuille de services qui offre au marché publicitaire une solution complète ainsi que des solutions logicielles et de services correspondantes, tant en termes de diversité des produits que de couverture nationale. Ainsi, en février 2019, avec « myapg », APG|SGA a lancé avec succès un portail clients numérique complet sur lequel les annonceurs peuvent à tout moment accéder à toutes leurs données et suivre leurs campagnes.

Marchés internationaux

A l'étranger, APG|SGA est active en Serbie, où le groupe réalise 4.8% de son chiffre d'affaires.

Après plusieurs années de forte expansion économique, la croissance s'est ralentie en Serbie au premier semestre 2019. Cela s'est également fait sentir au sein de notre société locale Alma Quattro d.o.o.

Les recettes publicitaires en monnaie locale ont légèrement augmenté de 0.5% par rapport à l'exercice précédent. Toutefois, en raison de l'affaiblissement du dinar serbe, la baisse en CHF a atteint 2.8% par rapport à la même période de l'exercice précédent, qui avait été exceptionnellement vigoureuse. Le léger tassement du chiffre d'affaires s'est principalement fait ressentir à Belgrade, la capitale. Dans la deuxième ville du pays, Novi Sad, avec laquelle nous avons signé l'année dernière un contrat à long terme, la croissance du chiffre d'affaires durant la période sous revue a été très satisfaisante.

Le premier semestre 2019 a été marqué par l'arrivée sur le marché du grand format numérique. Sept nouveaux Billboards numériques de 12m² de la dernière génération ont été installés aux meilleurs emplacements de la ville de Belgrade. Ces nouveaux supports publicitaires ont reçu un accueil extrêmement positif.

Organisation

A l'occasion de l'Assemblée générale du 16 mai 2019, tous les administrateurs ont été réélus. Ainsi, le Conseil d'administration se compose de MM. Daniel Hofer (président), Robert Schmidli (vice-président), Xavier Le Clef, Stéphane Prigent et Markus Scheidegger.

APG|SGA a adapté sa structure d'entreprise à compter du 1er juin 2019 en fonction de l'évolution de ses besoins résultant de la numérisation complète de l'environnement du marché.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie « One Brand », les collaborateurs et collaboratrices ainsi que les activités des marques de segment d'APG|SGA ont été intégrés dans l'activité principale. Dans le même temps, diverses mesures d'organisation et de personnel sont prises pour établir de nouvelles références sur le marché dans les domaines de la numérisation, de l'innovation et des données.

Daniel Strobel, jusqu'alors responsable au sein de la direction de l'entreprise du « marché publicitaire » a repris depuis le 1^{er} avril 2019 l'ensemble de la responsabilité de la numérisation complète et de la poursuite du développement novateur des offres publicitaires dans les gares suisses. Il se concentre pleinement sur cette mission stratégique et a quitté la direction de l'entreprise. Son successeur à la tête du service « Advertising Market » et membre de la direction d'entreprise est Andy Bürki, qui est entré au sein d'APG|SGA le 1^{er} avril 2019.

Dans les nouvelles structures, dans lesquelles des circuits de décision rapides ainsi que l'orientation et la proximité client sont au premier plan sur un total de 17 sites, un nouveau secteur intitulé « Marketing & Innovation » a été créé dans l'entreprise. Celui-ci accélérera le processus de transformation numérique et sera, au sein d'APG|SGA, une plaque tournante chargée de l'élaboration des offres, de la recherche médias et de la gestion des produits, développera des plates-formes de commerce électronique et des plates-formes programmatiques et poursuivra systématiquement les innovations et les activités « New Business ». Ce secteur favorisera aussi la croissance de l'activité publicité mobile. Beat Hostenstein, jusqu'à présent responsable « Partner & Product Management », a pris la direction du secteur « Marketing & Innovation » depuis le 1er juin 2019.

Christian Gotter est désormais chargé du secteur élargi « Partner & Operations ». Ce poste englobera à l'avenir le suivi intégral du marché des partenaires (villes, entreprises de transports publics, aéroports, destinations de montagne, centres commerciaux, propriétaires fonciers, etc.), ainsi que tous les secteurs de la logistique et de Operations. Beat Hermann, CFO du groupe, continue de diriger le secteur Finance, dont font également partie les services informatiques et infrastructure, les participations, l'activité internationale, ainsi que désormais les analyses de données. Le secteur des ressources humaines, dirigé par Marcel Seiler, n'est plus représenté au sein de la direction et est directement subordonné au CEO depuis le 1^{er} juin 2019.

Perspectives

La transition numérique sous toutes ses facettes continue de marquer fortement aussi notre secteur d'activité et notre entreprise. La publicité extérieure peut déjà être considérée comme une gagnante de cette évolution car les médias se fragmentent et se morcellent. Cependant, la publicité extérieure continue de renforcer son rôle de média de masse pérenne. Elle est toujours visible, attire l'attention et ne peut pas être zappée ou masquée par un logiciel de blocage des publicités. De plus, l'urbanisation et la mobilité de notre société créent de nouveaux potentiels de pénétration.

C'est pourquoi APG|SGA – comme nous l'avons déjà décrit en détail dans le rapport d'activité 2018 – suite à la restructuration réalisée le 1^{er} juin et à la numérisation croissante, va investir des ressources et des moyens financiers considérables dans l'extension et le développement d'innovations, de la technologie, de la collecte et de l'analyse de données ainsi que dans le recrutement de spécialistes et de nouveaux talents.

Cette extension, ainsi que la numérisation du portefeuille d'offres, donnent à APG|SGA des possibilités attrayantes et des perspectives d'avenir intéressantes, malgré la pression constante sur les marges. Un des principaux projets reste la mise en œuvre en cours du contrat de commercialisation à long terme et exclusif avec les CFF pour les surfaces publicitaires dans toutes les gares suisses et sur le matériel roulant. Avec ce projet et d'autres projets numériques, APG|SGA pourra encore renforcer sa place solide sur le marché public des images mobiles.

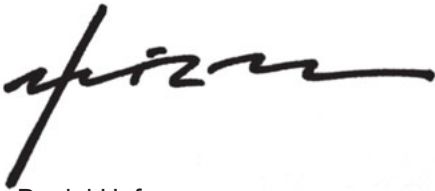
A ceci viennent s'ajouter les possibilités qui découlent de l'adjudication à APG|SGA du marché de l'aéroport de Zurich à partir de 2020. Les travaux de préparation et de mise en place pour le développement et la commercialisation réussis des surfaces publicitaires de prestige analogiques, numériques et novatrices à l'aéroport de Zurich ont déjà commencé.

En outre, APG|SGA continuera d'optimiser sa vaste gamme de produits analogiques. Aujourd'hui déjà, nous sommes le seul fournisseur à disposer d'un portefeuille d'offres analogiques et numériques intégral et incluant tous les espaces de communication dans toutes les régions. Ce portefeuille est garanti à long terme et complété par l'activité de surfaces de promotion. Avec les offres supplémentaires comme « aymo », qui relie efficacement la publicité mobile aux campagnes hors domicile, nous serons en mesure, en tant que partenaire fiable du secteur de la publicité commerciale et des institutions culturelles et caritatives, de proposer aujourd'hui et à l'avenir comme fournisseur unique une approche efficace des groupes cibles tout au long du parcours hors domicile du client.

Les projets de développement, les adaptations structurelles et les initiatives décrits, ainsi que la pression constante de la concurrence et sur les marges entraîneront selon les prévisions d'APG|SGA des résultats provisoirement inférieurs à ceux d'aujourd'hui. Le Conseil d'administration et la direction d'entreprise sont néanmoins convaincus que les perspectives à long terme du marché et du rendement de l'activité opérationnelle sont positives pour APG|SGA.

Nos plus de 550 spécialistes en Suisse et en Serbie s'engagent avec un grand enthousiasme, une conscience des coûts, une sensibilité écologique, de la compétence et de la fiabilité pour la poursuite du développement dynamique et novateur mais aussi durable d'APG|SGA et de la publicité extérieure. Nous offrons ainsi aux villes, communes, chemins de fer, exploitants d'aéroports, entreprises de transports publics et propriétaires fonciers privés ainsi qu'au grand public une grande valeur ajoutée.

Le Conseil d'administration et la direction d'entreprise remercient tous les partenaires du marché de leur bonne collaboration et vous, Madame, Monsieur, chers actionnaires, de votre intérêt et de votre confiance.



Daniel Hofer
Président du Conseil d'administration



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Bilan consolidé

Actifs

en 1 000 CHF	30.06.2019	31.12.2018
Immobilier	33 064	33 873
Supports publicitaires	20 795	21 492
Autres immobilisations corporelles	4 021	4 482
Immobilisations corporelles	57 880	59 847
Impôts différés actifs	1 688	1 581
Participations dans des entités sous contrôle conjoint		130
Autres immobilisations financières	7 485	7 575
Immobilisations financières	9 173	9 286
Goodwill	5 822	5 997
Droits publicitaires contractuels	16 281	16 932
Immobilisations incorporelles	22 103	22 929
Actifs immobilisés	89 156	92 062
Stocks	3 370	2 379
Clients	38 557	38 603
Autres débiteurs	4 099	2 078
Comptes de régularisation de l'actif	11 295	6 456
Liquidités et placements à terme	10 331	60 128
Actifs circulants	67 652	109 644
Total	156 808	201 706

Passifs

en 1 000 CHF	30.06.2019	31.12.2018
Capital-actions	7 800	7 800
Réserves provenant de primes	13 230	13 449
Actions propres	-179	-748
Ecarts de conversion	-1 714	-1 461
Bénéfice reporté	36 602	77 171
Capitaux propres	55 739	96 211
Provisions	7 526	7 614
Impôts différés passifs	4 663	4 919
Capitaux étrangers à long terme	12 189	12 533
Fournisseurs	13 046	12 369
Impôts dus	4 388	4 247
Autres créanciers	24 064	24 584
Comptes de régularisation du passif	44 782	49 016
Provisions	2 600	2 746
Capitaux étrangers à court terme	88 880	92 962
Capitaux étrangers	101 069	105 495
Total	156 808	201 706

Compte de profits et pertes consolidé

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2018	Variation
Revenus publicitaires	152 262	145 105	4.9%
Revenus immobiliers	839	811	3.5%
Autres revenus d'exploitation	26	690	-96.2%
Recettes d'exploitation	153 127	146 606	4.4%
Redevances et commissions	-77 953	-67 002	16.3%
Frais de personnel	-30 566	-30 593	-0.1%
Frais d'exploitation et d'administration	-14 867	-13 672	8.7%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	29 741	35 339	-15.8%
Amortissements des immobilisations corporelles	-4 644	-5 535	-16.1%
Amortissements des immobilisations incorporelles	-481	-369	30.3%
Amortissements goodwill	-175	-826	-78.9%
Résultat d'exploitation (EBIT)	24 441	28 609	-14.6%
Résultat financier	-2	-98	
Résultat des entités sous contrôle conjoint	-130	-41	
Résultat ordinaire avant impôts sur les bénéfices	24 309	28 470	-14.6%
Impôts sur les bénéfices	-4 923	-5 724	-14.0%
Résultat net du groupe	19 386	22 746	-14.8%
Bénéfice par action de base et dilué, en CHF	6.46	7.59	-14.9%

Capitaux propres consolidés

en 1 000 CHF	Capital- actions	Réserves de capital	Actions propres	Différences de conversion	Bénéfice reporté	capitaux propres
au 01.01.2018	7 800	13 746	-2 337	-758	101 865	120 316
Résultat net du groupe					22 746	22 746
Différences de conversion				-169		-169
Distributions					-71 870	-71 870
Achat d'actions propres			-183			-183
Vente d'actions propres		-59	776			717
Coûts de transaction intégrés aux capitaux propres		-1				-1
au 30.06.2018	7 800	13 686	-1 744	-927	52 741	71 556
au 01.01.2019	7 800	13 449	-748	-1 461	77 171	96 211
Résultat net du groupe					19 386	19 386
Différences de conversion				-253		-253
Distributions					-59 955	-59 955
Achat d'actions propres			-342			-342
Vente d'actions propres		-215	911			696
Coûts de transaction intégrés aux capitaux propres		-4				-4
au 30.06.2019	7 800	13 230	-179	-1 714	36 602	55 739

Flux de trésorerie consolidés

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2018
Résultat net du groupe	19 386	22 746
Amortissements	5 300	6 730
Variation des provisions	-187	-222
Variation des impôts différés	-358	-387
Résultat financier sans effet sur les liquidités	20	106
Bénéfices sur vente d'actifs	-25	-721
Résultat des entités sous contrôle conjoint	130	41
Cash flow	24 266	28 293
Variation des stocks	-995	-273
Variation des clients et autres débiteurs	-2 027	277
Variation des comptes de régularisation actif	-4 821	-4 453
Variation des fournisseurs et autres créanciers	305	-11 531
Variation des comptes de régularisation passif	-4 223	-7 924
Cash flow provenant des activités d'exploitation	12 505	4 389
Acquisitions d'immobilisations	-2 738	-2 159
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-24	-1 437
Acquisitions d'autres immobilisations financières		-139
Ventes d'immobilisations corporelles	30	726
Produit de la cession d'actifs financiers	34	
Cash flow provenant des investissements	-2 698	-3 009
Achat d'actions propres	-342	-183
Vente d'actions propres	692	710
Dividendes aux actionnaires APG SGA SA	-59 956	-71 870
Cash flow provenant du financement	-59 606	-71 343
Différence de change sur les liquidités	2	-15
Variation de trésorerie	-49 797	-69 978
Liquidités au 1 ^{er} janvier	60 128	90 490
Liquidités au 30 juin	10 331	20 512

Notes relatives aux comptes consolidés

Principes régissant l'établissement des comptes d'APG|SGA SA

Le présent rapport intermédiaire comprend le bilan semestriel non révisé pour la période s'achevant le 30 juin 2019. Les états financiers consolidés semestriels ont été établis conformément aux exigences concernant les états financiers intermédiaires selon Swiss GAAP RPC 31 *Recommandation complémentaire pour les sociétés cotées*, qui admet que les indications et la présentation soient condensées, et conformément au Règlement de cotation de la bourse suisse SIX.

APG|SGA ne présente pas de résultats sectoriels dans son rapport financier car ses concurrents directs en Suisse et en Serbie ne le font pas non plus. Cette divulgation entraînerait un désavantage concurrentiel considérable pour APG|SGA en raison de sa faible diversification à l'étranger.

Pour présenter des informations financières, la direction doit procéder à des estimations et poser des hypothèses qui influencent les chiffres donnés pour les actifs, passifs, dettes et créances éventuelles au moment de l'établissement du bilan ainsi que les dépenses et produits pendant la période sous revue. Il se peut que les résultats effectifs divergent de ces estimations.

Notre activité est soumise à des fluctuations saisonnières.

Modification du périmètre de consolidation et parts minoritaires

Au premier semestre 2019, le périmètre de consolidation n'a pas été modifié par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

Au premier semestre de l'exercice écoulé, le périmètre de consolidation est également resté inchangé par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

Modification des capitaux propres

Le 16 mai 2019, l'Assemblée générale a décidé de verser un dividende de CHF 20.00 brut par action pour l'exercice 2018. Le dividende a été versé pour toutes les actions en circulation.

Evénements postérieurs à la date du bilan

Le présent bilan a été approuvé par le Conseil d'administration le 23 juillet 2019.

Calendrier

Conférence de presse et conférence destinée aux analystes

Jeudi 27 février 2020, Zurich

Publication du rapport de gestion

Jeudi 9 avril 2020

Assemblée générale

Jeudi 14 mai 2020, Genève

Publication des résultats semestriels

Jeudi 30 juillet 2020

Renseignements

Markus Ehrle, Chief Executive Officer
T +41 58 220 71 73

Beat Hermann, Chief Financial Officer
T +41 58 220 77 47

Explication des termes financiers

Actif circulant net

Créances clients et autres plus stocks moins dettes clients et autres

Cash flow

Flux de trésorerie résultant des opérations d'exploitation sans la variation de l'actif circulant net

Cash flow disponible

Flux de trésorerie résultant des opérations d'exploitation sous déduction du flux de trésorerie résultant des opérations d'investissement

EBITDA

Earnings before interest, taxes, depreciation of property, plant and equipment, and amortization of intangible assets: résultat d'exploitation avant intérêts, impôts, amortissements des immobilisations corporelles et amortissements des immobilisations incorporelles

EBIT

Earnings before interest and taxes: résultat d'exploitation avant intérêts et impôts

Endettement net

Capitaux étrangers portant intérêts moins actif circulant portant intérêts (liquidités, titres)

Taux de distribution

Distribution en % du résultat net du groupe

La présente lettre aux actionnaires est
disponible en allemand, français et anglais.
Le texte allemand fait foi.



www.apgsga.ch
APG|SGA SA
Carrefour de Rive 1
CH-1207 Genève
investors@apgsga.ch

La société **APG|SGA SA** est l'entreprise de médias Out of Home leader en Suisse. Cotée à la bourse SIX Swiss Exchange, elle couvre tous les domaines de la publicité extérieure en étant présente dans les rues et sur les places, dans les gares, les aéroports, les centres commerciaux, les montagnes ainsi que dans et sur les transports publics. Son offre va des campagnes d'affichage de grande ampleur aux grands formats, en passant par les surfaces publicitaires numériques ultramodernes, les formes publicitaires spéciales, les promotions et la publicité mobile. En relation avec les clients, les autorités et le secteur de la publicité, APG|SGA est synonyme de durabilité et d'innovation. Elle veut séduire la population avec les meilleures solutions de communication dans l'espace public.

Imprimé en Suisse
Juillet 2019
Tous droits réservés

