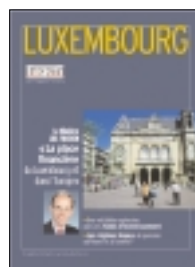


Rapport de gestion

l'agefi
2000



Sommaire

2	Présentation du Groupe
3	Les organes du Groupe Agefi
4	Le billet du président, Charles Poncet
6	L'Agefi en 2000, Alain Fabarez
8	Organigramme de l'Agefi
10	Rapport du Conseil d'administration
12	Les choix de la rédaction
14	L'Agefi, sa publicité
19	Comptes annuels consolidés 2000 d'Agefi Groupe SA
33	Comptes annuels

• 2



l'agefi

La maquette, avec ses cinq cahiers «Politique», «Enjeux», «Savoirs», «Investir» et «Repères» permet aux lecteurs de mieux se situer et d'entrer rapidement dans les articles qu'ils souhaitent lire en premier.

Une équipe forte

Plus de cent cinquante personnes travaillent chaque jour pour «produire» l'information, assurer la promotion, développer l'image dont un groupe tel que le nôtre a besoin. Une équipe toujours plus forte et qui renouvelle sans cesse sa créativité.

Une structure financière saine

L'Agefi est un groupe de presse ayant une structure financière saine. Le Groupe Agefi est particulièrement rentable. Depuis de nombreuses années, il a su, hors des remous, accroître ses parts de marché et se développer par autofinancement.

Une organisation moderne

Le Groupe Agefi a su résister à la diversification. Complètement centré sur son «core business», il ne «produit» que de l'information financière et économique, que ce soit à travers les médias traditionnels ou électroniques.

Des conseils éclairés

Le Groupe Agefi bénéficie d'organes de décision et de surveillance de première force. Un conseil d'administration où siègent des personnalités de premier plan et un organe de révision de qualité, Arthur Andersen.

Un positionnement clair

Comme média de référence de la communauté économique et financière, l'importance d'Agefi Groupe est aujourd'hui reconnue.

Un groupe indépendant

Il était primordial pour l'Agefi, en tant que groupe de presse spécialisé, de préserver son indépendance. Face aux pressions. Face aux intérêts financiers. Cette philosophie a toujours été primordiale. Elle participe, au premier chef, de l'image de l'Agefi perçu comme un vecteur à la fois indépendant et objectif.

Les organes de l'Agefi

3 •

AGEFI GROUPE SA, LAUSANNE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	Président
ROBERT PENNONE	Vice-président
ALAIN FABAREZ	Administrateur-délégué
GEORGES BLUM	Administrateur
CLAUDE HAEGI	Administrateur

Réviseur des comptes: Arthur Andersen



CHARLES PONCET

AGEFI, SOCIÉTÉ DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE SA, LAUSANNE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	Président
ALAIN FABAREZ	Administrateur-délégué
GEORGES BLUM	Administrateur
CLAUDE HAEGI	Administrateur
ROBERT PENNONE	Administrateur

Réviseur des comptes: Arthur Andersen



ALAIN FABAREZ

AGEFI.COM SA, GENÈVE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	Président
ROBERT PENNONE	Vice-président
ALAIN FABAREZ	Administrateur-délégué
GEORGES BLUM	Administrateur
CLAUDE HAEGI	Administrateur

Réviseur des comptes: Arthur Andersen



GEORGES BLUM

PUBLICATIONS FINANCIÈRES LSI SA, GENÈVE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	Président
ROBERT PENNONE	Vice-président
ALAIN FABAREZ	Administrateur-délégué
GEORGES BLUM	Administrateur
CLAUDE HAEGI	Administrateur

Réviseur des comptes: Arthur Andersen



CLAUDE HAEGI

AGEFICLASS SA, LAUSANNE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	Président
ROBERT PENNONE	Administrateur
PIERRE PENNONE	Administrateur
PIERO CANTARELLI	Administrateur
PAOLO PANERAI	Administrateur
PAOLO DEL BUE	Administrateur
ALAIN FABAREZ	Secrétaire du conseil

Réviseur des comptes: Arthur Andersen



ROBERT PENNONE

FUTUR(E)S SARL, PARIS

ALAIN FABAREZ	Gérant
----------------------	--------

Liberté an II

CHARLES PONCET, PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AGEFI GROUPE

• 4



CHARLES PONCET
Président du conseil
d'administration

Dire que la Suisse est un pays dans lequel on parle plus de la liberté qu'on ne la pratique relève du truisme, tant notre économie se contorsionne au travers de réglementations tatillonnes, appliquées à la lettre, d'obstacles bureaucratiques, corporatistes et réglementaires de toutes sortes, ainsi que de bizarreries d'un autre âge frappant la mobilité des biens, des services et des personnes.

La réussite de «*l'agefi*», amorcée l'année dernière et qui se confirme par les excellents résultats de ce deuxième exercice à dater de l'entrée en bourse, amène une bouffée d'oxygène dans le tissu économique et intellectuel de Suisse romande.

Le succès de «*l'agefi*» est d'abord celui d'une équipe de journalistes compétents, curieux, enthousiastes et travailleurs, qui démontrent quotidiennement à quel point la liberté d'entreprendre a de beaux jours devant elle pourvu qu'on veuille bien laisser travailler ceux qui en ont le goût. L'administrateur délégué du groupe, par pure passion de faire et de réussir, continue avec ses collaborateurs à travailler une bonne quinzaine d'heures par jour, alors que le succès déjà rencontré lui permettrait sans doute de partager son temps entre les atolls coralliens et les pistes de ski (les vraies, celles du Colorado). Il n'en fait rien et ce culte concret rendu à la liberté d'entreprendre forcera le respect du plus cynique.

Mais il y a plus: qui dit journal indé-

pendant, respectueux de ses actionnaires et soucieux de la valeur de leurs actions, mais libre de toute accointance, à la différence de tels intervenants pourtant donneurs de leçons occasionnelles, dit forcément liberté. Et cette liberté, chère à Voltaire, de dire et d'écrire ce que bon vous semble, les diverses publications de «*l'agefi*» la célèbrent tous les jours dans leurs colonnes. Les scoops de l'année, du mois, de la semaine – on n'a que l'embarras du choix – sont en général les nôtres et c'est bien normal: écrire pour «*l'agefi*», c'est savoir qu'on le fera librement. Il n'y a donc rien de surprenant à ce que nos rédactions attirent le talent et la perspicacité. «*L'agefi*» continue, haut et fort, de défendre les causes que le consensus mou des médias d'aujourd'hui enrobe dans une mélasse insipide: le secret bancaire par exemple. Oui, il constitue un avantage concurrentiel important pour notre place financière. Oui, il faut le conserver contre vents et marées. Oui, ceux qui font métier de le saper sont des fesse-mathieux et des irresponsables. Non, on ne nous convaincra pas de nous taire sur ce thème-là.

L'année qui s'achève est d'abord celle de chiffres enthousiasmants. La croissance de la publicité a été phénoménale, la position de «*l'agefi*» comme média de référence de la place financière est solidement établie. Le contenu ainsi que la qualité du quotidien et ceux des magazines n'ont cessé de s'améliorer. Les coûts ont été tenus sous contrôle par une gestion rigoureuse. Nos collaborateurs enfin, continuent de bénéficier du plan de

stock options que l'ensemble de la presse suisse leur envie. A ceux qui annonçaient une prochaine et rapide baisse du cours de l'action d'ailleurs, la réalité est venue infliger un cinglant démenti: malgré l'affaïssement des marchés boursiers, l'action s'est jusqu'ici tenue au-dessus de CHF 500 et le dynamisme de l'équipe dans son ensemble permet de bien augurer de l'avenir.

L'année 2000 aura aussi vu, parmi de nombreux projets, le lancement du magazine «Futur(e)s». Il s'agit d'un investissement important, qui ne peut être conçu à court terme et pour lequel le conseil d'administration a décidé de prendre le risque d'une percée audacieuse au-delà de nos frontières. Certes, on ne saurait garantir la réussite de «Futur(e)s», dont la qualité et la densité sont cependant unanimement louées.

L'avenir nous dira si les difficultés considérables d'implantation d'un mensuel consacré à la nouvelle économie pourront être surmontées, mais l'essentiel était d'oser, de faire, d'entreprendre. Rester assis sur son succès de l'année précédente ne sera jamais le style de «l'agefi». J'exprime ma plus vive gratitude à tous les collaborateurs de «l'agefi» pour le zèle et l'imagination dont ils ont su faire preuve cette année encore. Je remercie nos actionnaires pour la confiance qu'ils continuent de nous témoigner. Qu'ils sachent qu'à leurs côtés, le Conseil d'administration fera tout pour assurer le succès et la prospérité du groupe dans les temps incertains qui s'annoncent à l'horizon. ●

CHARLES PONCET



Les magazines de l'agefi
Des analyses fortes et objectives pour comprendre le passé et tracer l'avenir.



Les guides étrangers
Connaître et analyser les places concurrentes de la Suisse.

«L'agefi Groupe devrait continuer dans un environnement plus

ALAIN FABAREZ, ADMINISTRATEUR-DÉLÉGUÉ

• 6



ALAIN FABAREZ
Administrateur-
délégué.

A n'en pas douter, l'année 2000 est à marquer d'une nouvelle pierre blanche dans l'histoire, maintenant, cinquantenaire de *l'agefi*.

Votre groupe a continué de progresser et d'asseoir son rôle de quotidien de référence de la place économique et financière romande. A tous les niveaux, les efforts entrepris ces dernières années ont été intensifiés en l'an 2000. Pour la rédaction bien sûr. Après le très sérieux développement de 1998 et 1999, le coût de la rédaction ayant progressé en deux ans de 46,6%, celui en 2000 qui a vu un nouveau renforcement de l'équipe puisqu'il a progressé de 17,2%.

Nous avons enrichi votre quotidien de pages de commentaires, d'éclairages politiques avec notamment le pool formé avec *«La Liberté»*, *«L'Impartial»* et *«L'Express»*, d'articles de réflexion. Après ces années d'intenses efforts et d'améliorations diverses, nous allons franchir une nouvelle étape à la rentrée de septembre. Nous avons mandaté l'institut Erasm pour tester auprès de nos lecteurs habituels et de prospects ce qu'ils aimaient, ce qu'ils appréciaient moins, ce qu'ils attendaient d'un journal tel que *«l'agefi»*.

UNE NOUVELLE MAQUETTE À LA RENTRÉE

A la rentrée donc, nous vous proposerons une nouvelle maquette plus moderne, plus aérée, avec plus de graphiques. Une formule plus nerveuse et, innovation pour *«l'agefi»*... quelques photos. De nouvelles rubriques seront dessinées. En une phrase, nous vous proposerons une édi-

tion plus riche et plus attractive.

Les efforts tant pour le marketing, la promotion, que la distribution seront amplifiés. Un secteur en pleine évolution pour notre groupe puisque son poids dans les dépenses en 2000 a respectivement augmenté de 115,4% et de 54,5%.

Ces efforts ont été couronnés de succès. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Pour votre quotidien *«l'agefi»*, ses éditions spéciales et ses suppléments, la progression du chiffre d'affaires a été de 42,7%, celle de la publicité de 54,9%, celle des abonnements et de la vente au numéro de 20,2%.

L'évolution du bénéfice d'exploitation avant impôts de l'Agefi – hors frais de lancement de *«FUTUR(e)S»*, c'est-à-dire à périmètre égal avec 1999 – est particulièrement spectaculaire. Celui-ci a en effet bondi de 115,2% entre 1999 et 2000 pour atteindre 5,43 millions après avoir déjà augmenté de 117,7% entre 1998 et 1999.

L'ANNÉE 2001 S'ANNONCE SOUS DE BONS AUSPICES

Le premier trimestre 2001 pour *«l'agefi»* est très favorable malgré une conjoncture plus délicate puisque le chiffre d'affaires de la publicité a, une nouvelle fois, progressé de 14,07% par rapport au premier trimestre 2000 qui lui, avait progressé de 52,7% par rapport à 1999. Le portefeuille d'annonces (c'est-à-dire les ordres de publicité déjà conclus et non encore imprimés) est en progression de 15,81%.

En ce qui concerne le lancement de *«FUTUR(e)S»*, nous ne pouvons que réitérer ce que vous explique votre

de se mouvoir favorablement difficile.»

D'AGEFI GROUPE

Conseil d'administration dans son rapport en page 10. Lors de l'Assemblée générale «FUTUR(e)S» aura fêté ses six mois d'existence.

Pendant ces six mois, le Nasdaq a été violemment attaqué. Nous le savons pourtant tous: la révolution technologique en cours, qui modèle dès maintenant nos sociétés en profondeur, dépasse les aléas des marchés financiers.

LES MARCHÉS FINANCIERS PEUVENT POSER PROBLÈME

Il n'en demeure pas moins que les marchés boursiers risquent aujourd'hui de peser sur l'activité économique elle-même. L'année dernière à ce même endroit, dans le rapport de l'exercice 1999, nous vous mettions en garde contre l'exubérance des marchés. Nous écrivions: «les possibilités ouvertes par les nouvelles technologies sont incontestablement immenses... cependant en contrepartie, on ne peut négliger le facteur risque qui y est attaché.»

Nous ne pouvons plus parler de peur de krach puisque le krach est bel et bien arrivé. A l'heure où nous écrivons ces lignes, le Nasdaq a perdu, en un an, plus de 65% de sa valeur! Il y a aujourd'hui un risque de dérapage et de contamination sur l'activité économique elle-même (voir également l'analyse de Bruno Bertez en page 16). Nous sommes bien face à un véritable danger.

La conjoncture en Europe et en Suisse a peut-être – sans doute – déjà passé son pic. Cela va se répercuter sur la vie des entreprises. 2001 va être, à n'en pas douter, une année plus dif-

ficile. Le marché de la publicité risque d'en pâtir.

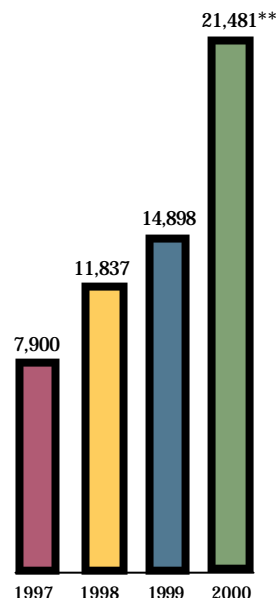
LA «FINANCIARISATION» VA PERDURER

Il n'en demeure pas moins que nous sommes confiants dans l'avenir de notre groupe. La «financiarisation» de notre société va perdurer. Qu'entendons-nous à travers ce barbarisme? En dix ans, le monde de la finance s'est complètement transformé. D'un monde où l'on «commercialisait» des obligations, des bons de caisse et quelques blue chips, on est passé aux hedge funds, aux warrants, aux baskets, aux calls et aux puts; on vend du Nasdaq et des marchés émergents. Cela a tout changé. Les banques ont de ce fait explosé leurs budgets publicitaires pour faire connaître ces nouveaux produits. Le client est devenu plus infidèle: campagnes pour le garder ou le faire venir. Pour les sociétés cotées en bourse même processus – shareholder value aidant – il faut séduire l'actionnaire: d'autres campagnes, etc. La multiplication des introductions en bourse apporte tout autant de nouveaux clients récurrents aux journaux financiers.

Le schéma est le même au niveau des lecteurs. Lorsqu'ils «consommaient» des obligations et des bons de caisse, les journaux généralistes leur suffisaient. Pour leurs hedge funds, warrants et baskets, ils ont besoin de journaux financiers. L'avenir des médias spécialisés dans la finance et l'économie est donc assuré pour de nombreuses années. ●

ALAIN FABAREZ

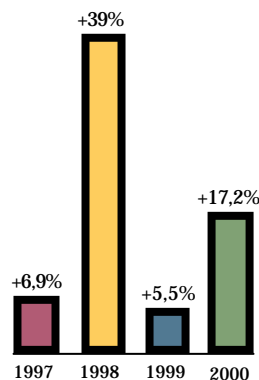
CHIFFRE D'AFFAIRES*



Le chiffre d'affaires a presque doublé en deux ans.

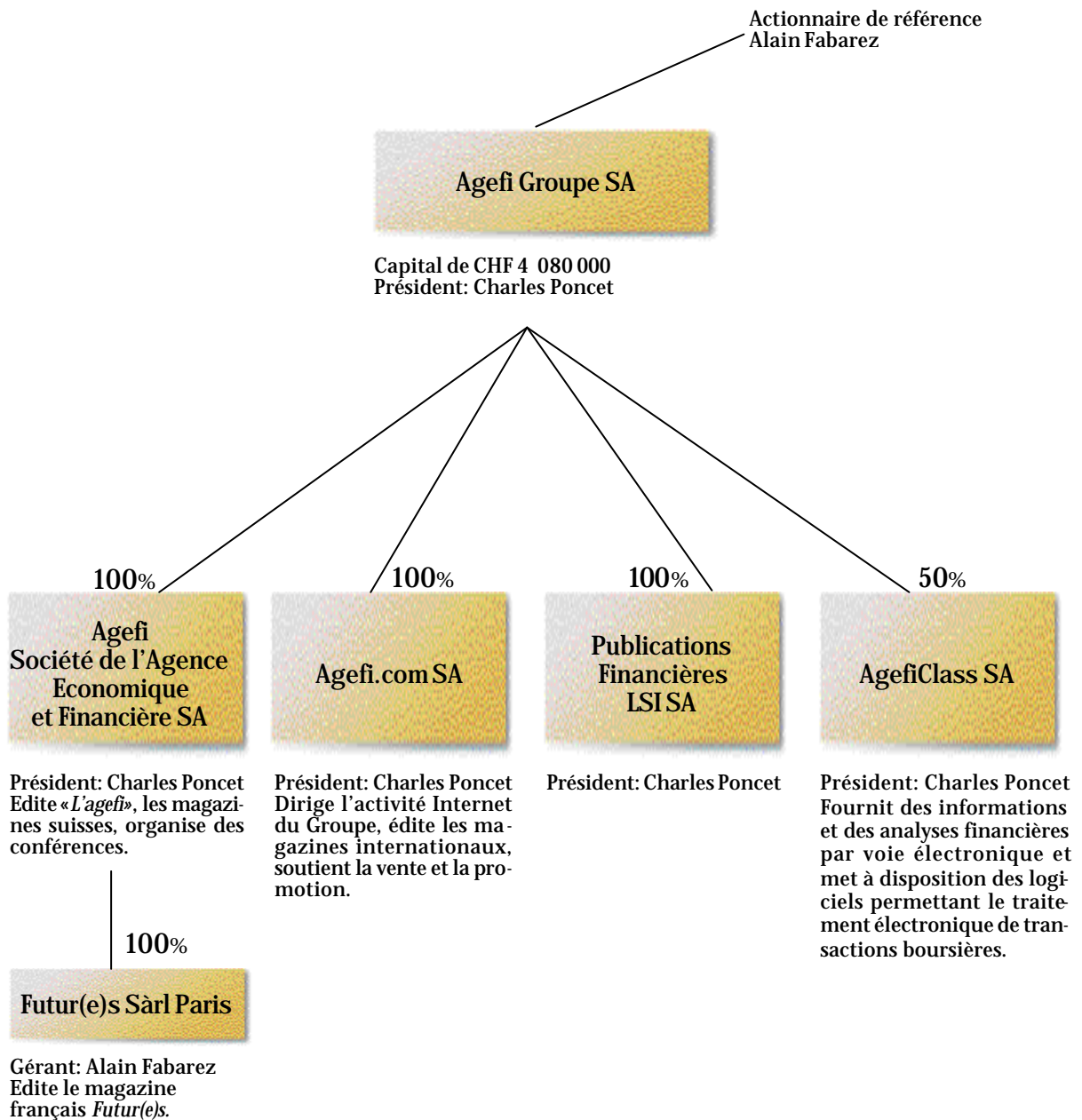
(*) en millions.
(**) hors Futur(e)s

RÉDACTION

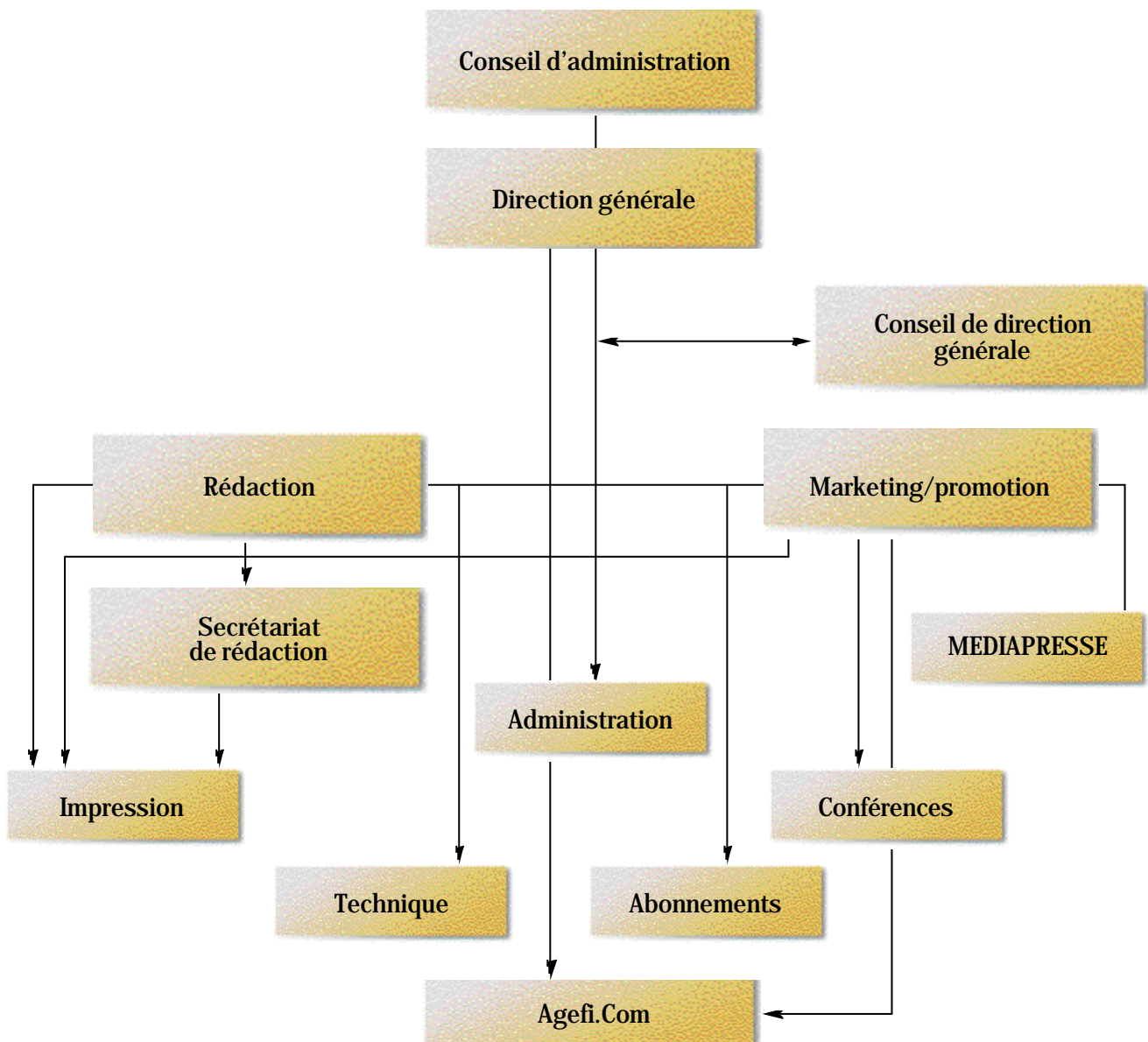


Le coût de la rédaction a une nouvelle fois fortement progressé.

• 8 Organigramme du Groupe



Organigramme général



Rapport du conseil d'administration des actionnaires d'Agefi Groupe SA

• 10



CHARLES PONCET
Président du conseil
d'administration.



ALAIN FABAREZ
Administrateur-
délégué d'Agefi
Groupe SA.

L'année 2000, malgré les vicissitudes des marchés financiers en général et de la problématique liée à la nouvelle économie en particulier – quant au Nasdaq et aux nouveaux marchés – s'est avérée particulièrement positive pour Agefi Groupe.

Conformément aux informations données par la direction générale tout au long de l'année, le chiffre d'affaires global s'est, une nouvelle fois, fortement accru puisqu'en augmentation de 53,64%, pour se monter à CHF 23,6 millions contre CHF 15,4 millions en 1999.

L'évolution de «*l'agefi*», le quotidien de référence de la place économique et financière romande, ses tirages élargis et les magazines du groupe, a été particulièrement florissante. Le chiffre d'affaires global a progressé de 42,7%. La publicité a augmenté de 54,9% à CHF 15,9 millions contre CHF 10,3 millions en 1999. Ces chiffres sont à mettre en perspective avec ceux du marché suisse qui est, pour la publicité commerciale, resté à peu près plat (voir également l'analyse d'Olivier Bloch en page 14 du présent rapport).

Ces résultats ne sont cependant pas exceptionnels par rapport à la presse financière, tant en Suisse qu'à l'étranger. Alors que les journaux généralistes voyaient leur chiffre d'affaires stagner ou régresser, à l'exception de la publicité commerciale et immo-

bilière, les journaux financiers ont vu la leur s'envoler. Tel a été le cas, par exemple, de «*Finanz und Wirtschaft*» en Suisse alémanique, de «*La Tribune*» à Paris ou «*Milano Finanza*» en Italie.

Les abonnements et les ventes au numéro ont progressé de 20,2%. En parallèle, afin d'asseoir la place de journal de référence, la direction de *l'Agefi* a entrepris des efforts particulièrement importants pour la promotion, dont l'enveloppe a augmenté de 115,4%, pour le marketing plus 54,5%. Quant à la rédaction, elle a vu son coût s'accroître, une nouvelle fois, de manière très importante (+17,2%) après sa très forte progression de 1999.

En octobre 2000, le Groupe a lancé deux mensuels dédiés à la nouvelle économie sous le même nom «*FUTUR(e)S*», l'un pour le marché français, l'autre pour le marché suisse. Le lancement de ces mensuels a nécessité un important et extraordinaire investissement de recherche, de mise en place, de maquette, de publicité et de marketing dont les coûts, pour se conformer aux normes comptables internationales (IAS), n'ont pas été activés au bilan mais mis à la charge du compte de résultat de l'exercice 2000 sans égard au fait que ce n'est qu'au court des exercices futurs que la société peut espérer obtenir un rendement de son investissement. Le coût net de cette nouvelle activité qui grève le résultat 2000 s'élève à CHF 4 millions, soit CHF 3,2 millions pour le marché français et CHF 0,8 million pour le marché suisse. Cela explique la diminution du bénéfice d'exploitation avant impôts de CHF 2,5 mil-

à l'assemblée générale du 26 avril 2001

lions à CHF 1,3 million entre 1999 et 2000. Après impôts, le résultat net s'inscrit à CHF 0,9 million pour l'exercice 2000 contre CHF 1,8 million l'année précédente.

Pour Agefi.com, la société internet du Groupe, qui édite notamment le site www.agefi.com, la situation financière a retrouvé les chiffres noirs. L'exercice se solde en effet par un bénéfice d'exploitation, certes modeste, mais réel tout de même puisqu'il se monte à CHF 118 000, contre une perte d'exploitation l'année dernière de CHF 53 000.

En ce qui concerne le Swiss Financial Year Book, dont votre Groupe a pris le contrôle en 1999, la première édition sous notre égide, qui a été publiée en janvier 2001, a été un réel succès. Le chiffre d'affaires de publicité a été multiplié par plus de deux et les ventes en ce début d'année sont très favorables.

Dans le maelström du véritable krach qu'ont connu les marchés financiers, tant en Europe qu'aux Etats-Unis, l'évolution de votre titre peut être considérée comme satisfaisante.

Pour ne pas dire bonne. Alors que le Nasdaq a perdu plus de la moitié de sa valeur, que le nouveau marché allemand plus de 80%, le cours de l'action Agefi Groupe a très bien résisté.

En l'an 2000, après avoir connu un plus haut passager, dans les premiers mois de l'année aux alentours de CHF 700, l'action a évolué dans une fourchette autour de CHF 500 pour clôturer à CHF 550. Malgré l'effondrement des marchés, durant les premiers mois de cette année, l'action Agefi Groupe a continué, jusqu'à

la fin du mois de mars, à garder sa fourchette entre CHF 500 et CHF 600. Quelques mots encore sur le lancement de «*FUTUR(e)S*» en France et en Suisse. Ce projet mûrement réfléchi et décidé de longue date n'est pas, il faut l'avouer, tombé au meilleur moment eu égard aux vicissitudes des marchés financiers. Nous étions en plein effondrement pour tout ce qui s'appelait dot.com, nouvelles technologies, informatique, télécom, téléphonie, etc. Cette conjoncture a rendu le lancement de nos deux magazines plus difficile quant à la publicité et, dans une moindre mesure, au niveau du lectorat. Nous espérons cependant que cette situation va évoluer dans l'avenir. Ce que l'on appelle communément la nouvelle économie n'est pas seulement une question boursière, c'est une question essentielle de l'avenir de nos sociétés, quoiqu'on fasse et quoiqu'on dise, la nouvelle économie fondée sur les technologies d'aujourd'hui et de demain, les autoroutes de l'information et la globalisation de notre planète est un vecteur incontournable de notre prospérité. Les problèmes financiers actuels pourront – peut-être – la retarder, ils ne la remettront en aucun cas en cause.

Quant à AgefiClass, notre joint-venture avec le Groupe italien Classeditori, nous avons recruté, pour la diriger, un professionnel de première qualité, Monsieur Jean-Marc Bongni. Sa première tâche sera de réunir autour de lui une équipe compétente pour le lancement de produits innovants et concurrentiels sur le marché suisse. ●



ROBERT PENNONE*



GEORGES BLUM**



CLAUDE HAEGI**

* vice-président
du conseil
** membres
du conseil
d'administration
d'Agefi Groupe.

«Le quotidien est devenu la référence mais également en politique»

EMMANUEL GARESSUS, RÉDACTEUR EN CHEF

• 12



EMMANUEL
GARESSUS
Rédacteur en chef



PIERRE VEYA
Rédacteur
en chef adjoint

La nécessité de répondre rapidement et avec précision aux besoins de nos lecteurs nous a conduits très tôt à analyser et présenter dans nos colonnes les nouvelles technologies et ses conséquences, à nous pénétrer des changements profonds qu'induisait internet au monde de la communication, comme la pharmacogénomique a commencé à révolutionner la médecine. Notre réponse, qui s'est matérialisée dans des pages *Savoirs* quotidiennes, a rencontré un écho extraordinaire. Le mot n'est pas trop faible. Ce nouveau secteur du journal nous a valu la reconnaissance des pôles d'excellences comme l'EPFL et d'autres centres de recherche helvétiques. En même temps il permettait à nos clients traditionnels, les entrepreneurs, cadres et financiers, en manque d'informations sur l'évolution des technologies, de renforcer leur lien avec *l'agefi*.

Parallèlement, un autre besoin se faisait jour: il manquait un journal de référence politique d'essence libérale en Suisse romande. Le vide laissé par la disparition du *Journal de Genève* n'était de loin pas comblé. Comme certains quotidiens régionaux, à savoir *«La Liberté»*, *«L'Impartial»*, *«L'Express»*, partageaient le même sentiment et la même recherche d'excellence en in-

formations de politique suisse, nous avons mis en place ce qui est devenu «le pool de Berne», soit la plus grande rédaction francophone à Berne qui s'organise, entreprend, recherche en mettant en commun les capacités des trois journaux. Cette mise en réseau s'est faite à des coûts moindres, tout en offrant une capacité d'analyse et de réactivité sans pareille dans la presse de langue française. L'élite politique du pays dispose ainsi d'un accès très étendu aux différentes régions du pays. Pour renforcer son expertise, *«l'agefi»* s'est adjoint les services d'un journaliste expérimenté et dynamique, Gian Pozzy, l'ancien rédacteur en chef de *«24 Heures»*. Comme le montre le dernier rapport des services du Parlement sur ses reprises de presse, l'objectif est atteint. Le «pool» bernois des trois journaux donne aujourd'hui le ton dans le monde des décideurs politiques.

Le positionnement en tant que journal spécialisé en politique et en technologie, en plus de l'économie et de la finance, n'a pas manqué de surprendre, même si le leadership en finance est plus que jamais une absolue nécessité, une conviction et une réalité. Le krach en escalier du Nasdaq et des titres de la nouvelle économie, puis les restructurations et la disparition d'entreprises de haute technologie a conduit certains médias à abandonner différents projets dans ce domaine.

Notre stratégie se fonde toutefois sur le fait que, au-delà de la difficile recherche de la «bonne évaluation», les

non seulement en finance et en économie et en technologie.»

ET PIERRE VEYA, RÉDACTEUR EN CHEF ADJOINT

changements technologiques, avec à la clé un incroyable saut de productivité, modifient effectivement le paysage économique. Et ce n'est pas John Welch, le patron du premier groupe au monde, plus de 400 milliards de dollars de capitalisation boursière, General Electric, qui nous contredira, lui qui a choisi de procéder à une grosse acquisition, Honeywell en l'occurrence, pour intégrer plus rapidement les bienfaits des nouvelles technologies.

Conforté par les événements, nous avons décidé d'élargir notre offre en pages *Savoirs* avec une bourse de l'emploi high-tech, pour mieux mettre en relation entreprises et main-d'œuvre high-tech et l'intégration de nouveaux chroniqueurs spécialisés (création d'un poste de conseiller scientifique à Bruxelles).

Et surtout, une première dans l'histoire du journal, nous avons engagé une journaliste venant directement du monde de la science, la biologie en l'occurrence, Manuela Palma de Figueiredo, afin d'améliorer notre savoir dans les domaines de la santé. Pour être davantage encore en prise directe avec le changement technologique, nous avons décidé d'être, avec Fabrice Delaye, directement représentés dans l'un des hauts lieux de la science, Boston, cité du MIT, de Harvard et centre nerveux de la recherche médicale et biotech, avec le siège de Millenium Pharma par exemple. Ce choix stratégique n'est pas une spécificité de «*l'agefi*». Ce n'est en effet pas sans plaisir que le 7 février dernier, nous pouvions lire dans le «*Wall Street Journal*», qui lui aussi ne

cesse de progresser (+20% en tirage et +25% en annonces), l'analyse de son rédacteur en chef, Jack Kempe. Le «*WSJ*», qui a créé ses commentaires boursiers *Breakingnews* lorsque nous avons amené les *Boussoles de «l'agefi»*, qui a introduit son cahier *Networking* lorsque nous avons investi dans les pages *Savoirs*, prévoit d'accroître d'une part ses services de distribution et d'autre part sa couverture dans la high-tech.

Notre effectif a dû s'accroître pour atteindre notre objectif de leadership en finance et économie, politique et technologie. Mais par des méthodes innovantes, comme le pool de Berne, ou des correspondances de qualité en Suisse et à l'étranger, nous parvenons à mieux répondre à la demande à de faibles coûts.

«*L'agefi*» est donc resté un journal spécialisé, mais il a accordé d'autres cordes à son arc. Toutefois nous sommes conscients des difficultés à entrer dans un langage qui est celui des leaders de la finance ou de la technologie. C'est pourquoi notre défi, en 2001, sera d'offrir une passerelle, celle de la vulgarisation intelligente, de la formation, de la personnalisation. Nous y travaillons dans le cadre d'un projet qui est prévu pour cet automne. Vous serez à nouveau surpris et nous espérons comblés. ●

EMMANUEL GARESSUS

ET PIERRE VEYA



Le quotidien l'agefi, avec sa une à l'américaine, informative et explicative.



Le site internet Les abonnés peuvent lire l'agefi chaque matin intégralement sur le site.

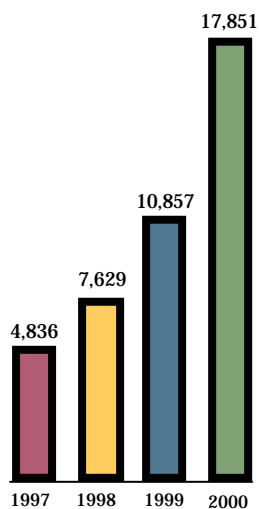
<http://www.agefi.com>

• 14



OLIVIER BLOCH
Directeur général
de Mediapresse,
régie publicitaire
de l'agefi.

CHIFFRE D'AFFAIRES*



**Spectaculaire
envolée du chiffre
d'affaires de
la publicité
d'Agefi Groupe
en quatre ans.**

(*) en millions

La page du rapport de gestion d'Agefi Groupe en ce qui concerne la publicité pour l'exercice écoulé est en règle générale LA page des superlatifs. L'année 2000 n'échappe pas à la règle. Avec une augmentation de son volume publicitaire de 43,3% par rapport à l'année 1999 (source: *statistique des annonces de la presse suisse éditée par l'ASSP*), «l'agefi» poursuit sa croissance exceptionnelle, largement au-dessus des tendances des marchés romand (+6,6% l'année passée) et national (+6,3%). Notre volume de publicité commerciale a crû de 43% contre 57,7% en ce qui concerne les offres d'emplois.

«L'agefi» est le quotidien en Suisse romande qui a le plus augmenté sa part de marché au cours de l'année 2000. A assortiment égal, le chiffre d'affaires brut facturé est passé de CHF 10 221 000 en 1999 à CHF 15 786 000 en 2000 soit une augmentation de 54%. Il est à relever que «l'agefi» a augmenté son chiffre d'affaires publicitaire sur tous les marchés:

- publicité commerciale: +67%
- publicité financière: +54%
- tirages élargis: +41%
- emploi et immobilier: +85%
- magazine: +23%

sans compter «*Classe Evasion*» dont la fréquence de parution est passée en 2000 à 4 numéros contre 1 en 1999. Parallèlement à cette forte augmentation, de nouveaux titres ont été repris ou lancés:

- le «*Swiss Financial Yearbook*» qui a plus que doublé son chiffre d'affaires publicitaire depuis qu'il a rejoint l'assortiment du groupe Agefi;

- «*Futur(es)*», le magazine de la nouvelle économie dont les deux premiers numéros laissent apparaître un avenir prometteur.

La conjoncture 2000 a certes été bonne mais elle ne suffit pas à expliquer seule ces excellents résultats:

- «l'agefi» a sans conteste trouvé sa place sur le marché publicitaire national et est devenu l'outil de communication indispensable pour toucher les décideurs en Suisse romande;
- le titre et ses différentes équipes n'ont pas cessé de travailler pour suivre les mouvements de notre société et faire évoluer nos différents produits;
- une équipe publicitaire renforcée qui est passée de 10 à 14 collaborateurs particulièrement motivés;
- un assortiment qui ne cesse de s'élargir afin de satisfaire une demande publicitaire de plus en plus pointue et exigeante.

Malgré le durcissement actuel des marchés, nous pensons pouvoir continuer à augmenter nos parts de marché ces deux prochaines années. Notre potentiel est encore important dans des secteurs comme la publicité financière et l'offre d'emplois sur le quotidien.

Quant à «*Futur(es)*», nous sommes en phase de lancement et le titre nous ouvre de nouveaux horizons.

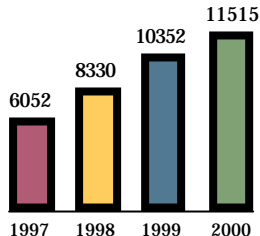
Nous tablons donc pour l'année 2001 sur un accroissement de nos ventes de l'ordre de 25%. ●

OLIVIER BLOCH

marché stagnant

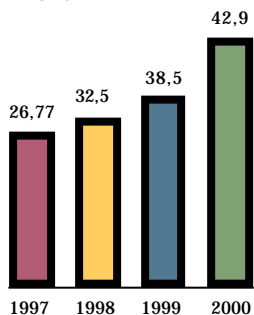
MEDIAPRESSE PUB SA

TIRAGE



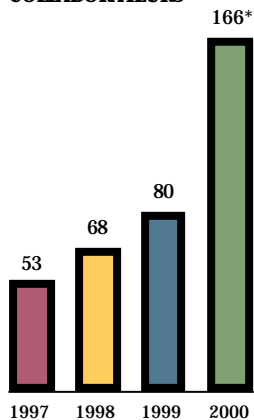
Une progression constante...

PAGES



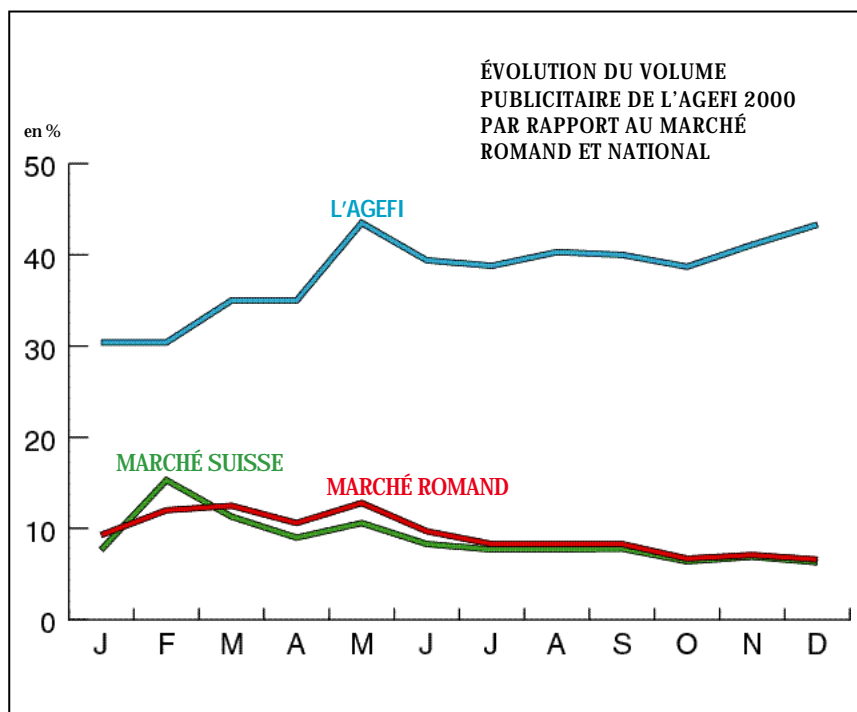
... du nombre de pages publiées...

COLLABORATEURS

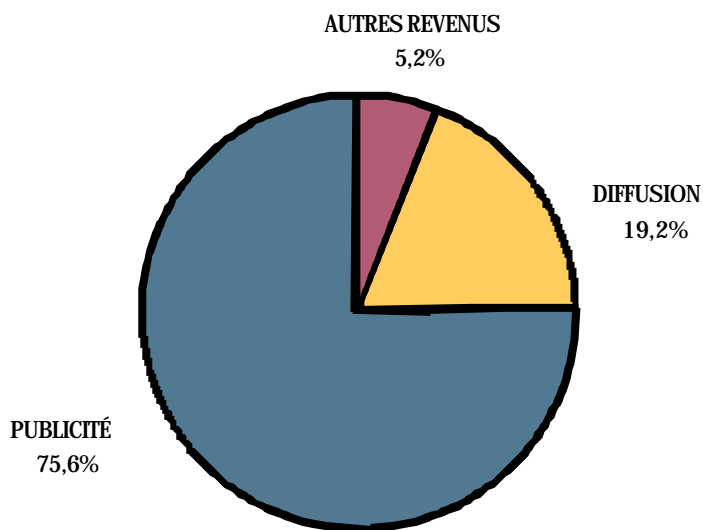


... et d'une équipe au service de ses lecteurs.

* y compris Futur(e)s



Le chiffre d'affaires de publicité de «l'agefi» en très forte progression.



CHIFFRE D'AFFAIRES

Agefi Groupe a aujourd'hui une structure de recettes comparable à celle des grands journaux économiques.

Quand le système financier nie le risque

BRUNO BERTEZ, CONSEILLER DE LA DIRECTION

• 16



BRUNO BERTEZ
Conseiller
de la direction

Dans son histoire des crises financières, Charles Kindleberger nous parle des fameuses bulles spéculatives qui ont marqué notre histoire: la manie des tulipes au XVII^e siècle, la South Sea Buble au XVIII^e. On peut être sûr maintenant qu'un historien à venir ne manquera pas d'ajouter un nouveau chapitre, celui de la grande fureur technologique.

On peut en être sûr car, comme le dit avec humour Kindleberger, on identifie une bulle... au moment où elle éclate. Tant qu'elle dure, elle n'a pas le statut authentique de bulle. Ainsi donc, la chose est entendue, il y a bien eu une technologiemanie au cours de ces trois dernières années. Une mania dont nous pointons l'origine à mars 1998 avec le gonflement de la vague internet, puis, la vague internet étant relayée par celle des médias, et ensuite celle des télécommunications à laquelle il convient d'ajouter celle des biotechnologies. La folie a coûté cher. Certains parlent de cinq trillions de dollars, mais au fond, le chiffre n'a pas grande signification. D'abord, parce qu'il est tellement gros qu'il ne parle guère à l'imagination; ensuite parce qu'il est le produit d'un calcul théorique qui ne tient pas compte des opérations complexes malheureuses qui se sont par contagion révélées désastreuses. Il suffit d'observer qu'en l'espace d'une année, presque jour pour jour, l'indice Nasdaq est passé d'un plus haut de 5042 points à un plus bas – peut-être provisoire – de 1830. Ce qui correspond à une amputation de 64%.

Comment en est-on arrivé là? Les plaies et les blessures sont trop récentes pour que l'on puisse observer le carnage d'un œil serein et faire une analyse utile de ce qui s'est vraiment passé. Pour l'instant, nous sommes d'ailleurs plutôt dans le temps de la recherche des boucs émissaires. Les responsables, ce sont pêle-mêle les gourous, les analystes, les managers de sociétés, les gérants, les médias, la Réserve fédérale américaine. En fait, peu ou prou tout le monde est responsable. De tout un peu évidemment. Greenspan et les banquiers centraux ont apporté l'argent. Les analystes leurs idées. Les gourous leur crédibilité. Les investisseurs leur crédulité.

Le plus frappant, et qui mérite réflexion, n'est pas tant le fait qu'une mode irrationnelle a pu se développer avec une telle ampleur et avec une telle unanimité; le plus frappant est qu'individuellement, dans son quant à soi, chacun savait que c'était une folie. Cette certitude n'a servi à rien. Le problème de la vérité, dit le philosophe, est de savoir pourquoi le mensonge réussit si bien. La réponse est assez simple, c'est parce que le mensonge flatte et qu'il va dans le sens de celui qui veut bien l'entendre. Toujours est-il qu'il a fallu compter non pas sur la raison des opérateurs, mais sur un événement exogène pour ramener les marchés à la réalité: et cet événement exogène a été constitué par la fermeture des robinets monétaires.

Privé de son dopage euphorisant, le rêve s'est écroulé. L'hallucination s'est évanouie, le roi technologique est ap

paru nu ou presque. La grande dé-sillusion. Pour paraphraser un mouvement de panique que les financiers connaissent bien, ce fut la ruée vers la sortie. Tous par la même petite porte, bien entendu: la grande fuite vers la réalité. L'an dernier, à pareille époque, nous écrivions, parlant du niveau d'évaluation des valeurs à la mode: «Il n'est pas besoin d'être Cassandre pour prédire que cette situation ne saurait se prolonger à l'infini.» Nous n'avons nul mérite à cette affirmation. Il s'agissait d'une simple constatation de bon sens, d'une opinion largement partagée par les intervenants sur les marchés. Le mérite, si mérite il y a, réside simplement dans le fait de l'avoir dit, et dit clairement. D'en avoir pris le risque. Beaucoup d'autres que nous avaient le même avis. Cependant, ils le gardaient pour eux. C'est peut-être une banalité que cette réflexion, mais elle nous amène à quelque chose d'essentiel: «Est-ce que le système financier tel qu'il est organisé, tel qu'il fonctionne, dans sa professionnalisation et dans sa situation concurrentielle et avec son obligation de performance, n'est pas condamné dans une certaine mesure à être ou à faire l'aveugle?». Ce que nous voulons signifier est que le plus grand nombre a certainement vu que l'on se dirigeait vers une crise, mais que les choses étant ce qu'elles sont, et la finance étant une industrie, il était dans sa logique de continuer à produire alors même qu'il n'y avait plus de produits attrayants. Une chose est sûre, les retours en arrière ne sont pas envisageables. Nous sommes

passés en l'espace de deux décennies d'une situation où l'investissement était une affaire individuelle ou artisanale à une situation où l'investissement est devenu une grande industrie. L'un des facteurs qui a permis ce changement de nature et ce changement de taille a été, pensons-nous, le rejet du risque. Pour attirer l'épargne, le marketing a été axé sur la sécurité. Pour gérer des capitaux énormes en situation de concurrence et performer mieux que les voisins, il a été nécessaire de rejeter le risque hors du système. En tout cas, on l'a sorti des analyses qui étaient censées guider la gestion. L'industrie de la finance s'est comportée, et nous y insistons, cela est tout à fait logique, comme si le risque était géré ailleurs, en dehors de sa sphère. Par exemple, chez les banques centrales et plus particulièrement la plus puissante d'entre elles, la Réserve fédérale américaine. L'industrie de la finance a pris l'habitude du relatif. Elle a analysé les situations non dans l'absolu, mais les unes par rapport aux autres, les évaluations par comparaison, les diversifications par référence aux indices, etc. Dans ce processus, c'est évidemment le réel, l'absolu, qui se trouve escamoté. Implicitement, cela signifie que dans l'esprit des intervenants des marchés financiers, tout s'est passé comme si c'était aux régulateurs de faire leur affaire du risque. De tout ceci, nous avons l'illusion en ce mois de mars 2001 alors que la bulle spéculative éclate: les marchés n'ont qu'un espoir, la Réserve fédérale américaine. ●

BRUNO BERTEZ



AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

19•

Bilan
Compte de profits et pertes
Tableau de financement
Mouvement des fonds propres
Annexe
Rapport du réviseur

Comptes annuels

Bilan
Compte de profits et pertes
Proposition relative à l'emploi
du bénéfice au bilan
Annexe
Rapport du réviseur

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 20 Bilan consolidé au 31 décembre 2000

en francs suisses	Notes	31.12.2000	31.12.1999
Actifs			
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Immobilisations corporelles, nettes	3	1 039 634	706 965
Immobilisation incorporelle, nette	4	200 000	250 000
Participations	5	28 500	8 500
Titres mis en équivalence	2	50 357	–
Autres actifs financiers		67 143	20 202
Total des actifs immobilisés		1 385 634	985 667
ACTIFS CIRCULANTS			
Débiteurs		6 002 077	3 326 493
Actifs transitoires		837 102	251 225
Titres		64 100	36 400
Liquidités		6 094 500	6 417 571
Total des actifs circulants		12 997 779	10 031 689
		14 383 413	11 017 356
Passifs			
FONDS PROPRES			
Capital-actions	6	4 080 000	4 040 000
Réserve générale		79 000	79 000
Actions propres	6	(1 155 550)	–
Différence de conversion		69 220	–
Bénéfice au bilan		2 867 759	1 987 586
Total des fonds propres		5 940 429	6 106 586
FONDS ÉTRANGERS À LONG TERME			
Impôts différés	7	77 221	18 160
Total des fonds étrangers à long terme		77 221	18 160
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Emprunts bancaires	8	–	329 994
Fournisseurs		3 961 437	1 054 795
Abonnements payés d'avance		2 088 317	1 803 091
Provision pour impôts		1 335 294	1 080 725
Passifs transitoires		980 715	624 005
Total des fonds étrangers à court terme		8 365 763	4 892 610
		14 383 413	11 017 356

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes consolidés.)

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Compte de profits et pertes consolidé

21 •

en francs suisses	Notes	31.12.2000	31.12.1999
CHIFFRE D'AFFAIRES			
Abonnements et kiosques		4 527 094	3 366 722
Publicité		17 850 627	10 857 273
Produits divers		1 236 565	1 151 893
Chiffre d'affaires, brut		23 614 286	15 375 888
Commissions sur ventes en kiosque		(653 630)	(321 695)
Commissions sur publicité		(5 337 882)	(3 302 252)
Chiffre d'affaires, net	10	17 622 774	11 751 941
CHARGES D'EXPLOITATION			
Coûts de production		(5 083 434)	(3 490 933)
Salaires et charges sociales	11	(6 305 976)	(4 343 133)
Amortissements		(434 983)	(333 168)
Autres charges d'exploitation		(4 617 857)	(1 198 007)
Total des charges d'exploitation		(16 442 250)	(9 365 241)
Bénéfice d'exploitation		1 180 524	2 386 700
RÉSULTATS FINANCIERS, NETS			
Perte sur société mise en équivalence	12	219 139	75 892
Bénéfice d'exploitation avant impôts		(74 643)	-
Impôts	7	1 325 020	2 462 592
		(444 847)	(644 103)
BÉNÉFICE NET DE L'EXERCICE	1	880 173	1 818 489
BÉNÉFICE AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE		1 987 586	182 548
Attribution à la réserve générale		-	(24 000)
Différence résultant de la variation des intérêts minoritaires	13	-	764 259
Coûts liés à l'introduction en bourse		-	(753 710)
BÉNÉFICE AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE		2 867 759	1 987 586

DONNÉES RELATIVES AU RÉSULTAT PAR ACTION

Le résultat par action calculé sur la base de la moyenne pondérée du nombre d'actions en circulation durant la période est le suivant:

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
Bénéfice de l'exercice	880 173	1 818 489
Bénéfice net de base par action	5,45	21,00
Bénéfice net dilué par action	4,84	19,56
Nombre moyen d'actions en circulation	161 405	86 587
Nombre moyen d'actions en circulation et à émettre (options)	181 805	92 987

Le bénéfice net de base par action calculé sur la base du nombre d'actions en circulation au 31 décembre 2000 s'élève à CHF 5,39 (1999: 11,25). Le résultat de l'exercice au 31 décembre 2000 ne comprend pas le gain de change de CHF 69 220 résultant de la conversion des états financiers de la filiale Futur(e)s Sàrl, Paris. Cette différence de conversion a été portée en augmentation des fonds propres.

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes consolidés.)

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 22 Tableau de financement consolidé

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
CASH-FLOW D'EXPLOITATION		
Bénéfice avant impôts	1 325 020	2 462 592
Ajustements pour		
– Dotation aux amortissements	434 983	333 168
– Gain non réalisé sur titres	(7 700)	(6 020)
– Perte sur société mise en équivalence	74 643	–
– Différence de conversion	69 220	–
VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT		
Augmentation des débiteurs	(2 675 584)	(797 584)
Augmentation des titres	(20 000)	–
Augmentation des actifs transitoires	(585 877)	(123 885)
Augmentation des fournisseurs	2 906 642	398 545
Augmentation des abonnements payés d'avance	285 226	165 693
Augmentation des passifs transitoires	356 710	471 624
Impôts sur les bénéfices payés	(131 217)	(65 216)
Cash-flow d'exploitation	2 032 066	2 838 918
CASH-FLOW D'INVESTISSEMENT		
Achat d'immobilisations corporelles	(696 184)	(277 838)
Achat d'immobilisations incorporelles	–	(250 000)
Achat de participations	(166 469)	(8 500)
Autres actifs financiers	(46 941)	–
Cash-flow d'investissement	(909 593)	(536 338)
CASH-FLOW DE FINANCEMENT		
Augmentation de capital	40 000	3 314 000
Achat d'actions propres – net	(1 155 550)	–
Remboursement d'emprunts bancaires	(329 994)	(170 036)
Coûts liés à l'introduction en bourse	–	(753 710)
Cash-flow de financement	(1 445 544)	2 390 254
CASH-FLOW	(323 071)	4 692 834
LIQUIDITÉS AU DÉBUT DE L'EXERCICE	6 417 571	1 724 737
LIQUIDITÉS À LA FIN DE L'EXERCICE	6 094 500	6 417 571
INFORMATION COMPLÉMENTAIRE		
Intérêts payés	(15 652)	(31 977)
Intérêts reçus	150 878	23 035

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes consolidés.)

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Mouvement des fonds propres consolidés au 31 décembre 2000

23 •

en francs suisses	Capital- actions	Réserve générale	Actions propres	Différence de conversion	Bénéfice au bilan	Total
Solde au 1^{er} janvier 1999	250 000	55 000	–	–	182 548	487 548
Augmentation de capital du 25 mai 1999	476 000	–	–	–	–	476 000
Augmentation de capital du 25 juin 1999	3 274 000	–	–	–	–	3 274 000
Augmentation de capital par l'exercice						
des droits d'option des collaborateurs	40 000	–	–	–	–	40 000
Attribution à la réserve générale	–	24 000	–	–	(24 000)	–
Différence résultant de la variation						
des intérêts minoritaires	–	–	–	–	764 259	764 259
Coûts liés à l'introduction en bourse	–	–	–	–	(753 710)	(753 710)
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	1 818 489	1 818 489
Solde au 31 décembre 1999	4 040 000	79 000	–	–	1 987 586	6 106 586
Augmentation de capital par l'exercice						
des droits d'option des collaborateurs	40 000	–	–	–	–	40 000
Achat d'actions propres	–	–	(1 155 550)	–	–	(1 155 550)
Différence de conversion	–	–	–	69 220	–	69 220
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	880 173	880 173
Solde au 31 décembre 2000	4 080 000	79 000	(1 155 550)	69 220	2 867 759	5 940 429

Les comptes annuels de l'exercice 2000 ont été approuvés par le Conseil d'administration lors de sa séance du 16 mars 2001.

Les attributions à la réserve générale, non distribuables, sont requises par la loi suisse.

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes consolidés.)

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 24 Annexe relative aux comptes annuels consolidés

1. Activités du Groupe

Le Groupe Agefi (ci-après le «Groupe») est actif dans l'édition et la publication de journaux ainsi que dans la transmission d'informations financières via internet. Agefi Groupe SA, la société mère du groupe, est une société anonyme domiciliée à Lausanne.

En octobre 2000, le Groupe a lancé deux mensuels dédiés à la nouvelle économie sous le même nom Futur(e)s, l'un pour le marché français, l'autre pour le marché suisse. Le lancement de ces mensuels a nécessité un important et extraordinaire investissement en publicité et marketing dont les coûts, pour se conformer aux normes comptables internationales (IAS), n'ont pas été activés au bilan mais mis à la charge du compte de résultat de l'exercice 2000 sans égard au fait que ce n'est qu'au court des exercices futurs que la société peut espérer obtenir un rendement de son investissement. Le coût net de cette nouvelle activité qui grève le résultat 2000 s'élève à CHF 4,0 millions, soit CHF 3,2 millions pour le marché français et CHF 0,8 million pour le marché suisse.

2. Principes comptables utilisés

Les comptes annuels consolidés du Groupe sont conformes aux normes comptables internationales (normes IAS) publiées par l'«International Accounting Standards Committee» (IASC) et aux interprétations des normes IAS publiées par le «Standard Interpretation Committee» de l'IASC (SIC). Ils sont présentés en francs suisses et établis selon la convention du coût historique, celle-ci étant modifiée pour tenir compte de la réévaluation des titres.

Les principales méthodes comptables retenues par le Groupe sont les suivantes:

2.1 Principes de consolidation

Les comptes annuels consolidés incluent les comptes de la société mère et des filiales dans lesquelles le Groupe possède, directement ou indirectement, un intérêt de plus de la moitié des droits de vote ou a le pouvoir d'exercer un contrôle des activités.

Toutes les transactions intercompagnies, soldes, profits et pertes latents sur les transactions à l'intérieur du Groupe ont été éliminés.

Au 31 décembre 2000, les comptes annuels incluent les comptes d'Agefi Groupe SA et des participations suivantes:

Nom	Lieu	Activité	%
Agefi Société de l'agence économique et financière SA	Lausanne	Edition	100
Agefi.Com SA	Genève	Informations financières via internet	100
Futur(e)s Sàrl	Paris	Edition	100
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50
Publications Financières LSISA	Genève	Edition	100

En avril 2000, Agefi Groupe SA a constitué avec Class Editori Spa, Milan, une filiale commune (joint-venture), AgefiClass SA, dans le but de développer en Suisse une activité de fourniture d'informations et d'analyses financières par voie électronique ainsi que la mise à disposition de logiciels permettant de traiter des transactions boursières électroniquement. AgefiClass SA est incluse dans les comptes du Groupe selon la méthode de la mise en équivalence.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

25 •

En juillet 2000, Agefi Groupe SA a acquis l'intégralité du capital social de Future(e)s Sàrl, Paris, en vue de l'édition, en France et en Suisse, d'un mensuel spécialisé dans la nouvelle économie. Le goodwill d'acquisition de CHF 21 468 a été entièrement amorti au 31 décembre 2000.

2.2 Monnaies étrangères

Les transactions en monnaies étrangères effectuées par les sociétés du Groupe sont comptabilisées en monnaie locale au taux de change en vigueur à la date des transactions. Les actifs et passifs sont convertis au taux de change en vigueur à la date de clôture. Les écarts de change postérieurs à la date de transaction sont inclus sous la rubrique gains ou pertes de change dans le compte de profits et pertes. Les états financiers de Futur(e)s Sàrl, Paris, sont tenus en francs français. Les postes du compte de résultat sont convertis en francs suisses au taux moyen de l'exercice. Les actifs et passifs sont convertis en francs suisses au taux en vigueur à la date de clôture. La différence de change résultant de la conversion des états financiers est constatée dans les fonds propres consolidés.

2.3 Comptabilisation des revenus

Les ventes sont comptabilisées à la date de livraison des produits et des prestations de services, après déduction des rabais et des taxes sur le chiffre d'affaires et après élimination des ventes intercompagnies.

2.4 Immobilisations corporelles et incorporelles

Les immobilisations corporelles et incorporelles sont évaluées au coût historique diminué de l'amortissement cumulé et des pertes de valeur durables. L'amortissement est déterminé linéairement en tenant compte d'une durée d'utilisation estimée comme suit:

Mobilier et agencement	10 ans
Systèmes internet	5 ans
Véhicules	4 ans
Equipement informatique	3 ans
Immobilisations incorporelles	3-5 ans

2.5 Débiteurs

Les créances découlant de livraisons et de prestations de services sont évaluées à leur valeur nominale. La provision pour perte sur débiteurs est évaluée en fin d'année sur la base d'une analyse des montants impayés à la date de clôture. Les créances irrécouvrables sont sorties du bilan au cours de l'année pendant laquelle elles ont été identifiées.

2.6 Instruments financiers

Les titres négociables sont valorisés au cours du marché. La valeur du marché est déterminée sur la base des cotations boursières à la date du bilan. Les participations non consolidées sont évaluées au prix d'acquisition, déduction faite des corrections de valeurs nécessaires telles que déterminées par le Conseil d'administration.

Si le Groupe contrôle plus de 20% d'une participation, celle-ci est évaluée selon la méthode de la mise en équivalence.

Les autres instruments financiers sont évalués à des valeurs proches de celles du marché.

2.7 Liquidités

Les liquidités sont constituées par les avoirs en caisse et en banque à vue, de même que les placements à terme avec des échéances à moins de trois mois.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 26

2.8 Fonds de pension et indemnités de retraite

Les prestations des fonds de pension du Groupe sont déterminées en fonction des cotisations encaissées. Les contributions annuelles sont comptabilisées en charge dans le compte de profits et pertes durant l'exercice auquel elles se rapportent.

2.9 Impôts sur le bénéfice

L'impôt sur le bénéfice est calculé sur la base du résultat effectif de l'année et provisionné dans les comptes.

2.10 Impôts différés

Les impôts différés sont provisionnés selon la méthode du report variable pour toutes les différences temporaires entre les valeurs comptables et fiscales des actifs et passifs au bilan. Les impôts différés sont évalués en appliquant les taux futurs estimés en vigueur dans les différents cantons et pays concernés.

Les principales différences temporaires proviennent des amortissements sur immobilisations, des provisions fiscalement admissibles sur débiteurs ainsi que des pertes fiscales reportables.

Les économies d'impôts résultant de pertes reportables ne sont comptabilisées que si la réalisation de ces économies est probable.

La provision pour impôts, essentiellement l'impôt anticipé, qui résulte d'une distribution de dividendes, principalement par les filiales, est provisionnée uniquement si une intention réelle est constatée d'effectuer un tel versement.

2.11 Résultat par action

Le résultat par action est calculé en divisant le bénéfice de l'exercice par la moyenne pondérée du nombre d'actions en circulation durant la période.

2.12 Chiffres comparatifs

Certains postes du compte de profits et pertes 1999 ont été reclassifiés à des fins de comparaison.

3. Immobilisations corporelles, nettes

Les actifs immobilisés figurent au bilan pour leur prix d'acquisition, déduction faite des amortissements cumulés et des pertes de valeur durables.

en francs suisses	Equipement informatique	Mobilier et agencement	Autres	Total
VALEUR D'ACQUISITION				
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	1 649 792	870 143	69 120	2 589 055
Acquisitions durant l'exercice	198 688	414 333	83 163	696 184
Solde au 31 décembre 2000	1 848 480	1 284 476	152 283	3 285 239
AMORTISSEMENTS CUMULÉS				
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	1 309 481	520 769	51 840	1 882 090
Charge d'amortissement pour l'exercice	180 362	145 081	38 072	363 515
Solde au 31 décembre 2000	1 489 843	665 850	89 912	2 245 605
Valeur comptable nette au 31 décembre 2000	358 637	618 626	62 371	1 039 634

La valeur incendie des actifs immobilisés s'élève à CHF 1 535 850 au 31 décembre 2000.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

27 •

4. Immobilisation incorporelle, nette

L'immobilisation incorporelle figure au bilan pour son prix d'acquisition, déduction faite des amortissements cumulés. Aucune perte de valeur durable n'a été constatée durant l'exercice.

en francs suisses

VALEUR D'ACQUISITION	
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	250 000
Acquisitions durant l'exercice	21 468
Solde au 31 décembre 2000	271 468

AMORTISSEMENTS CUMULÉS	
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	–
Charge d'amortissement pour l'exercice	71 468
Solde au 31 décembre 2000	71 468
Valeur comptable nette au 31 décembre 2000	200 000

5. Participations non consolidées

Les participations non consolidées au 31 décembre 2000 se détaillent comme suit:

Nom	Lieu	Activité	%	2000 (CHF)	%	1999 (CHF)
Investissima	Lausanne	Organisation de manifestations à caractère financier	17	8 500	17	8 500
Academy & Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	20 000	–	–
				28 500		8 500

6. Capital-actions

Au 31 décembre 2000, le capital-actions de CHF 4 080 000 se compose de 163 200 actions nominatives de CHF 25 chacune, émises et entièrement libérées.

6.1. Capital conditionnel

Le 25 juin 1999, Agefi Groupe SA avait créé un capital conditionnel de CHF 200 000 pour l'émission de 8 000 options en faveur des collaborateurs et des membres du conseil d'administration sur une période de 5 ans.

Au cours de chacun des exercices 1999 et 2000, 1 600 options ont été exercées au prix de CHF 25. Au 31 décembre 2000, le Groupe s'est engagé à émettre 842 options supplémentaires sur l'exercice 2001. Ces options ont été exercées durant le premier trimestre 2001.

Le 12 avril 2000, Agefi Groupe SA a créé un nouveau capital conditionnel de CHF 390 000 au plus, destiné à couvrir l'émission de 15 600 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 25 chacune. Toutes les options sont conférées à Class Editori Spa, Milan. Le prix d'exercice des options sera de CHF 475 chacune, dont à déduire le quart du bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements de la société AgefiClass SA, Lausanne. Les warrants peuvent être exercés à partir de l'année comptable 2000, jusqu'à l'exercice 2006 d'AgefiClass SA.

Au 31 décembre 2000, le capital conditionnel d'Agefi Groupe SA était de CHF 510 000 pour couvrir l'émission de 20 400 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 25 chacune.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 28

6.2. Transactions sur actions propres

Durant l'exercice 2000, la société a effectué les transactions suivantes sur ses propres actions:

	Achat		Vente	
	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF
Août	2 379	459	1 564	518
Septembre	538	567	566	580
Octobre	–	–	400	575
Novembre	207	567	250	596
Décembre	1 777	533	20	548

Dans le but de maintenir la liquidité sur le marché boursier, Agefi Groupe SA a confié le négoce de ses propres actions à une société dont l'un de ses associés est administrateur d'Agefi Groupe SA. La moitié des gains réalisés sur ces transactions est rétrocédée à cette société. Au 31 décembre 2000, le Groupe détient 2 101 actions propres. Conformément aux normes IAS, ces actions sont évaluées à leur coût d'acquisition et sont portées en diminution des fonds propres.

7. Impôts

Les impôts différés sont calculés sur toutes les différences temporaires conformément à la méthode du report variable avec application du taux d'imposition s'élevant à 27,8%.

La charge fiscale sur les résultats d'exploitation se détaille comme suit:

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
Impôts courants	(385 786)	(675 318)
Impôts différés	(59 061)	31 215
Total	(444 847)	(644 103)

La différence entre le taux d'imposition sur le profit du Groupe (33%) et le taux théorique en Suisse, dans le canton concerné (27,8%) est due principalement aux pertes fiscales reportables (5,2%).

Le mouvement des impôts différés se décompose comme suit:

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
Solde du début de l'exercice	18 160	49 375
Charge fiscale	59 061	(31 215)
Solde à la fin de l'exercice	77 221	18 160

Les économies d'impôts résultant de pertes reportables ne sont comptabilisées que si la réalisation de ces économies est probable. Le Groupe a des pertes fiscales reportables s'élevant à CHF 488 626 (1999: CHF 610 844). Celles-ci n'ont pas été comptabilisées dans les comptes annuels consolidés car la réalisation des économies d'impôts afférente n'est pas assurée. Ces pertes fiscales seront échues entre 2002 et 2006.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

29 •

8. Emprunts bancaires

Le Groupe dispose de lignes de crédit pour un total de CHF 810 000. Au 31 décembre 2000, ces lignes n'étaient pas utilisées. L'emprunt bancaire portait intérêt au taux moyen de 5 ½% pour 2000 et 1999.

9. Instruments financiers

9.1 Valeur de marché des instruments financiers

Les instruments financiers évalués aux valeurs proches du marché comprennent les liquidités, les titres, les débiteurs, les emprunts bancaires et les fournisseurs.

Les participations non consolidées sont évaluées au prix historique. La direction de la société considère que la valeur de marché est proche de la valeur historique.

Si le Groupe contrôle plus de 20% d'une participation, celle-ci est évaluée selon la méthode de la mise en équivalence. Les actions propres sont évaluées à la valeur la plus faible du prix d'acquisition et de la valeur du marché à la date de clôture.

9.2 Risque de crédit

Le Groupe cède la majorité de ses créances à une société de factoring afin de garantir son ducroire. Les actifs qui exposent le groupe au risque crédit comprennent les liquidités, les débiteurs et les autres actifs circulants. Le risque crédit maximum auquel le groupe est confronté correspond par conséquent à la somme de tous ces postes, ce qui représente un montant total de CHF 12 997 779 au 31.12.2000 (1999: CHF 10 031 689). Le Groupe cherche à limiter le risque crédit en plaçant les fonds à court terme auprès d'établissements bancaires de premier ordre et en transférant son risque crédit sur une société d'affacturage.

10. Revenus nets

Le tableau suivant présente le détail des revenus pour les exercices 2000 et 1999:

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Kiosques	1 370 333	786 661
Abonnements	3 156 761	2 580 061
Commissions sur ventes en kiosque	(653 630)	(321 695)
	3 873 464	3 045 027
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Publicité	17 850 627	10 857 273
Commissions sur publicité	(5 337 882)	(3 302 252)
	12 512 745	7 555 021
Produits divers	1 236 565	1 151 893
Total des revenus, nets	17 622 774	11 751 941

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 30 11. Personnel et charges sociales

Tous les employés sont affiliés à une caisse de pension conforme aux conditions et pratiques locales. Les coûts liés à la prévoyance professionnelle sont comptabilisés en charge. Cette charge s'élève en 2000 à CHF 283 980 (1999: CHF 150 530). Le nombre d'employés du Groupe en 2000 et 1999 était le suivant:

	31.12.2000	31.12.1999
Collaborateurs directs	98	60
Collaborateurs indirects	68	20
	166	80

Les options accordées aux membres du conseil d'administration et aux collaborateurs et exercées au 31 décembre 2000 n'ont eu aucune influence sur le compte de résultat à l'exception des charges sociales y afférentes (voir note 6).

12. Résultats financiers, nets

Les résultats financiers nets se décomposent comme suit:

<i>en francs suisses</i>	31.12.2000	31.12.1999
Bénéfice sur ventes d'actions propres	107 821	97 195
Intérêts créanciers	150 878	23 035
Intérêts débiteurs et frais bancaires	(39 560)	(44 338)
	219 139	75 892

13. Intérêts minoritaires

Durant l'exercice 1999, la société avait acquis l'intégralité des parts détenues par les actionnaires minoritaires dans le capital de ses filiales, Publications Financières LSI SA, Agefi, Société de l'Agence Economique et Financière SA et Agefi.Com SA. L'acquisition de ces intérêts minoritaires avait été comptabilisée conformément aux règles applicables en matière de fusion. Le tableau suivant présente les mouvements des intérêts minoritaires pour les exercices 2000 et 1999:

<i>en francs suisses</i>	31.12.2000	31.12.1999
Solde au début de l'exercice	-	1 240 259
Part du profit des filiales consolidées	-	-
Cession	-	(476 000)
Différence résultant de la variation des intérêts minoritaires	-	(764 259)
Solde à la fin de l'exercice	-	-

14. Engagements hors bilan

Le Groupe a prévu de déménager dans de nouveaux locaux durant l'année 2001.

Au 31 décembre 2000 les engagements de loyers du Groupe s'élèvent jusqu'en 2006 à CHF 1 774 350 (1999: CHF 234 213) dont CHF 554 103 jusqu'au 31 décembre 2001.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Rapport de l'organe de révision des comptes consolidés à l'assemblée générale des actionnaires d'Agefi Groupe SA, Lausanne

31 •

En notre qualité d'organe de révision des comptes consolidés, nous avons vérifié les comptes consolidés (bilan, compte de profits et pertes, tableau de financement et annexe – pages 20 à 30) d'Agefi Groupe SA ainsi que des sociétés affiliées («le Groupe») pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2000.

La responsabilité de l'établissement des comptes consolidés incombe au Conseil d'administration alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes consolidés et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

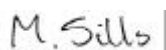
Notre révision a été effectuée selon les normes de la profession en Suisse ainsi que selon les «International Standards of Auditing (ISA)» émises par l'«International Federation of Accountants» (IFAC). Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes consolidés puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes consolidés et les indications figurant dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation, ainsi que la présentation des comptes consolidés dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, les comptes consolidés donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats du Groupe au 31 décembre 2000 en conformité avec les «International Accounting Standards» (IAS) de l'«International Accounting Standard Committee» et sont conformes à la loi suisse.

Nous recommandons d'approuver les comptes consolidés qui vous sont soumis.

ARTHUR ANDERSEN SA

Mike Sills



Nathalie Coluccio



Lausanne, le 16 mars 2001

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

Bilan au 31 décembre 2000

33 •

Actifs

en francs suisses	Notes	31.12.2000	31.12.1999
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Participations	2	2 005 675	1 860 675
Immobilisations incorporelles		200 000	250 000
Total des actifs immobilisés		2 205 675	2 110 675
ACTIFS CIRCULANTS			
Créance société affiliée		19 581	-
Dividende à recevoir		500 000	-
Actifs transitoires		60 323	6 175
Titres		20 000	-
Liquidités		1 597 266	2 247 055
Total des actifs circulants		2 197 170	2 253 230
		4 402 845	4 363 905

Passifs

FONDS PROPRES			
Capital-actions	3	4 080 000	4 040 000
Réserve générale	3	38 500	38 500
Bénéfice/(Perte) au bilan	3	174 418	(3 449)
Total des fonds propres		4 292 918	4 075 051
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Fournisseurs		56 140	46 593
Passifs transitoires		31 463	143 910
Provision pour impôts		22 324	98 351
Total des fonds étrangers à court terme		109 927	288 854
		4 402 845	4 363 905

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes annuels.)

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 34 Compte de profits et pertes

en francs suisses	31.12.2000	31.12.1999
PRODUITS		
Dividende	500 000	–
Produits financiers	38 646	102 112
Total des produits	538 646	102 112
CHARGES		
Frais liés à l'introduction en bourse	–	(719 390)
Frais généraux	(248 061)	(120 353)
Charges financières	(769)	(9 336)
Amortissements	(50 000)	–
Impôts	(61 949)	–
Total des charges	(360 779)	(849 079)
Bénéfice/(perte) de l'exercice	177 867	(746 967)
(PERTE)/BÉNÉFICE AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE	(3 449)	767 518
Attribution à la réserve générale	–	(24 000)
BÉNÉFICE/(PERTE) AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE	174 418	(3 449)

(L'annexe relative aux comptes annuels fait partie intégrante des comptes annuels.)

Proposition relative à l'emploi du bénéfice au bilan

Le Conseil d'administration propose de répartir le bénéfice disponible au 31 décembre 2000 s'élevant à CHF 174 418 de la manière suivante:

	CHF
Attribution à la réserve générale	10 000
Report à nouveau	164 418
BÉNÉFICE AU BILAN	174 418

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

Annexe relative aux comptes annuels

35 •

1. Introduction

Les états financiers d'Agefi Groupe SA ont été établis selon les principes régis par le Code des obligations suisse.

2. Liste des participations

Les participations sont comptabilisées au coût d'acquisition, déduction faite des provisions nécessaires.

Nom	Lieu	Activité	%	2000 (CHF)	%	1999 (CHF)
Agefi SA	Lausanne	Edition	100	1 560 675	100	1 560 675
Agefi.Com SA	Genève	Informations financières via internet	100	200 000	100	200 000
LSISA	Genève	Edition	100	100 000	100	100 000
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50	125 000	–	–
Academy Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	20 000	–	–
				2 005 675		1 860 675

3. Capital-actions et bénéfice au bilan

Le capital-actions de CHF 4 080 000 se compose de 163 200 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 25.

Les mouvements intervenus durant l'exercice sont les suivants:

en francs suisses	Capital-actions	Réserve générale	Bénéfice au bilan	Total
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	4 040 000	38 500	(3 449)	4 075 051
Augmentation de capital par l'exercice				
d'options des administrateurs et collaborateurs	40 000	–	–	40 000
Bénéfice net de l'exercice	–	–	177 867	177 867
Solde au 31 décembre 2000	4 080 000	38 500	174 418	4 292 918

4. Capital conditionnel

Le 25 juin 1999, Agefi Groupe SA avait créé un capital conditionnel de CHF 200 000 pour l'émission de 8 000 options en faveur des collaborateurs et des membres du conseil d'administration sur une période de 5 ans. Au cours de chacun des exercices 1999 et 2000, 1 600 options ont été exercées au prix de CHF 25.

Le 12 avril 2000, Agefi Groupe SA a créé un nouveau capital conditionnel de CHF 390 000 au plus, destiné à couvrir l'émission de 15 600 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 25 chacune. Toutes les options sont conférées à Class Editori Spa, Milan. Le prix d'exercice des options sera de CHF 475 chacune, dont à déduire le quart du bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements de la société AgefiClass SA, Lausanne. Les warrants peuvent être exercés à partir de l'année comptable 2000, jusqu'à l'exercice 2006 d'AgefiClass SA.

Au 31 décembre 2000, le capital conditionnel d'Agefi Groupe SA était de CHF 510 000 pour couvrir l'émission de 20 400 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 25 chacune.

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 36 Rapport de l'organe de révision à l'Assemblée générale des actionnaires d'Agefi Groupe SA, Lausanne

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan, compte de profits et pertes et annexe – pages 33 à 35) d'Agefi Groupe SA pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2000.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Conseil d'administration alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les normes de la profession en Suisse. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes annuels et les indications fournies dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation, ainsi que la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels (ainsi que la proposition relative à l'emploi du bénéfice au bilan) sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

ARTHUR ANDERSEN SA

Mike Sills

Nathalie Coluccio

M. Sills |



Lausanne, le 16 mars 2001