



Sommaire

2	Le billet du président, Charles Poncet
4	Organigramme de l'Agefi
5	Les organes du Groupe Agefi
6	L'Agefi en 2002, Alain Fabarez
8	Rapport du conseil d'administration
10	2002 selon Marc Gaudet
12	La rédaction
14	Le marketing
16	La publicité
18	L'analyse du marché
20	Corporate governance
25	L'Agefi en chiffres
27	Comptes annuels consolidés 2002 d'Agefi Groupe SA
41	Comptes annuels
46	Les produits de l'Agefi

Le billet du président

• 2



CHARLES PONCET
Président du conseil
d'administration

Après le grain vaillamment traversé de l'année précédente, qui pouvait annoncer un mauvais temps systématique ou le remplacer, c'est bel et bien une tempête qui s'est abattue sur l'ensemble de la presse suisse: les chiffres de publicité ont plongé, laissant les annonceurs de plus en plus sceptiques face à un avenir qui leur paraît complexe, ballottés qu'ils sont par des cours de bourse déprimants, perclus de passifs dans des bilans qui n'en finissent pas de s'assainir, en un mot plus enclins à s'enfermer à double tour derrière une porte de préférence blindée, plutôt que de prendre des risques ou de se lancer dans de nouveaux projets.

L'année se termina, pour tout arranger, sur la perspective d'une guerre en Irak qui laissait l'Occident en pleine désunion, alors que l'élargissement tant vanté de l'Union européenne fait des sceptiques en nombres croissants et que le pacte de stabilité entourant l'euro se signale surtout par sa contribution au maintien de la récession de l'économie allemande, arthrosée, il est vrai, par d'autres maux chroniques, au premier rang desquels figure un marché de l'emploi complètement ossifié et par conséquent incapable de résoudre le chômage endémique qui l'affecte.

L'agonie douloureuse mais inévitable du Welfare state à l'européenne, mis en faillite par son propre succès, sous le poids croissant et insupportable de ses retraites, de ses allocations de toutes sortes, de sa fonction publique et de ses prestations sociales extensibles à l'infini, n'épargne évidemment pas la Suisse. Les finances pu-

bliques, déjà en péril pour les mêmes causes que chez nos voisins, frappées par ce qu'il faudra bien appeler une récession si les choses continuent d'aller comme elles le font, ont en outre dû supporter les folies récentes d'une Confédération dépensant des milliards pour son exposition «nationale» – dérisoire exhibition où le snobisme le disputait à l'électro-encéphalogramme plat – ou renflouant dans la panique une compagnie aérienne moribonde, avant de s'étonner des déficits abyssaux qui en résultent.

Alors que la gauche, fidèle à sa vision du monde, réclame que l'Etat «relance» l'économie à coup «d'investissements» mal définis, mais apparemment de nature à faire «repartir» les rentrées fiscales, la droite – avec le soutien de *l'agefi* à cet égard – clame que la solution est ailleurs: il faut d'abord et avant tout baisser les prélèvements obligatoires, dont la part est devenue insupportable pour la poche du citoyen. A cela s'ajoute un impératif absolu: faire baisser en Suisse les prix des biens de consommation courante par une lutte impitoyable contre les cartels.

Est-il besoin de dire que cette cause-là ne trouve guère de soutien chez des radicaux, des PDC ou même des UDC soucieux de ne pas déplaire à leurs commanditaires?

Le Groupe Agefi a la chance de pouvoir compter sur une équipe de collaborateurs motivée, solide, agressive, capable de résister aux temps difficiles que nous traversons tous et à laquelle vont, une fois de plus, nos remerciements pour son dévouement et son énergie.

L'agefi a ainsi moins souffert que ses concurrents de la récession qui a frappé les marchés publicitaires suisses.

Ce n'est certes point une consolation pour son conseil d'administration, qui préférerait de beaucoup réaliser des marges bénéficiaires largement plus élevées que celles de la concurrence, comme il l'a fait ces dernières années, plutôt que de se «réjouir» de pertes moins dramatiques qu'ailleurs. Des mesures drastiques ont été prises pour réduire les coûts là où faire se pouvait, y compris malheureusement en supprimant quelques emplois.

Un effort accru a été entrepris et poursuivi pour dégager de nouvelles recettes publicitaires, préparer la nouvelle formule du quotidien et faire en sorte que le Groupe Agefi soit au premier rang de ceux qui pourront repartir du bon pied lorsque des temps meilleurs s'annonceront.

Mais s'annonceront-ils? Ce n'est pas exclu car à sa manière, lente, hoquetante, confuse, la Suisse change. Au consensus mou qui prévalait depuis quarante ans au moins, se substitue petit à petit un débat politique plus clair: une gauche regroupée autour du Parti socialiste et une droite autour de l'UDC, avec au milieu le triangle des Bermudes: qui s'y arrête disparaît.

D'un côté, les partisans d'un Etat riche grâce aux prélèvements, mais généreux pour ses fonctionnaires, ses marchés publics et les bénéficiaires de prestations de toutes sortes; de l'autre, une cohorte de contribuables exaspérés, voulant de l'ordre dans les rues, la poule au pot le di-

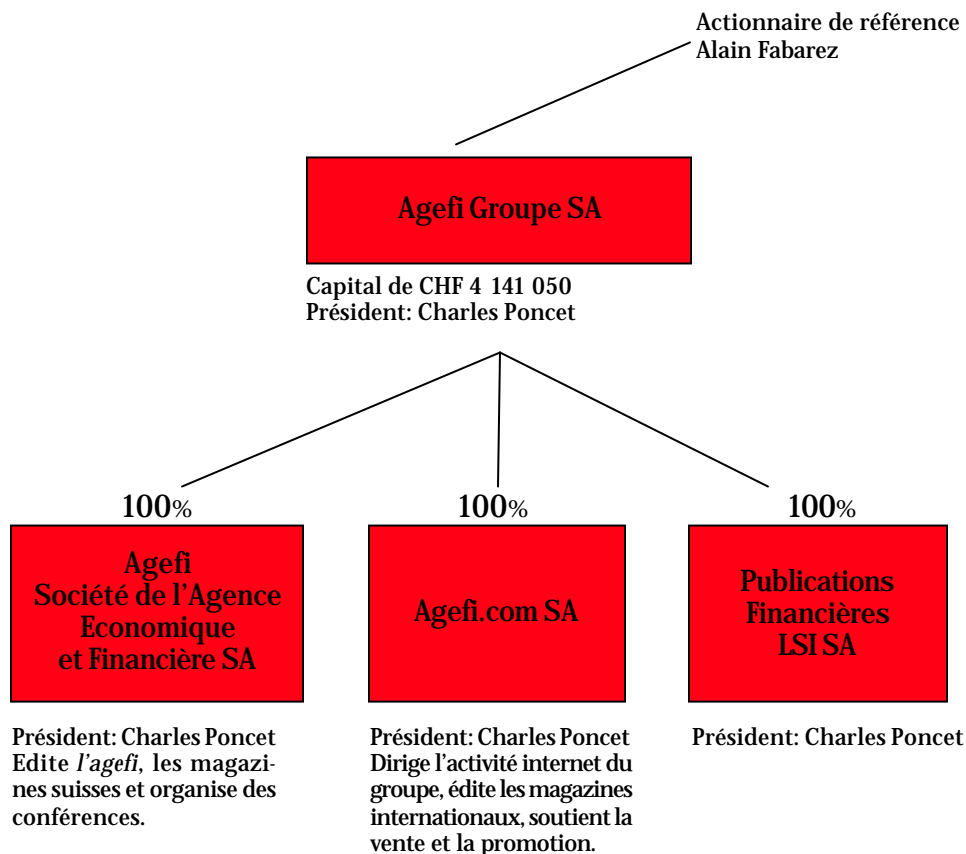
manche et des impôts réduits; en plein naufrage. Enfin, ceux qui jus qu'ici faisaient métier de vendre à leurs électeurs à la fois les prestations en constante augmentation et une fiscalité raisonnable.

Il n'est dès lors pas exclu que la vie politique suisse s'anime enfin quelque peu et que les citoyens ne finissent par devoir faire de véritables choix. Churchill disait malicieusement que la démocratie est le pire des systèmes politiques à l'exception de tous les autres et cela vaut assurément pour notre démocratie semi-directe, dans laquelle aucun changement de cap réel ne peut se faire sans qu'il trouve une majorité populaire derrière lui. Il reste donc à nos concitoyennes et à leurs équivalents masculins à faire le bon choix, mais comme nous sommes, c'est bien connu, les meilleurs à tous égards, je ne doute pas que nous y parvenions aisément. Enfin, la Suisse a su, durant ces derniers mois, porter haut son drapeau non seulement sur ses domaines d'excellence mais aussi sur le plan sportif (voile, tennis, par exemple), sur le plan culturel, en matière de mode et sur le plan économique. L'esprit suisse se développe sur le marché mondial, il commence à compter de plus en plus, et, notre groupe, veut aussi en être une incarnation à travers ses conquêtes et ses innovations. ●

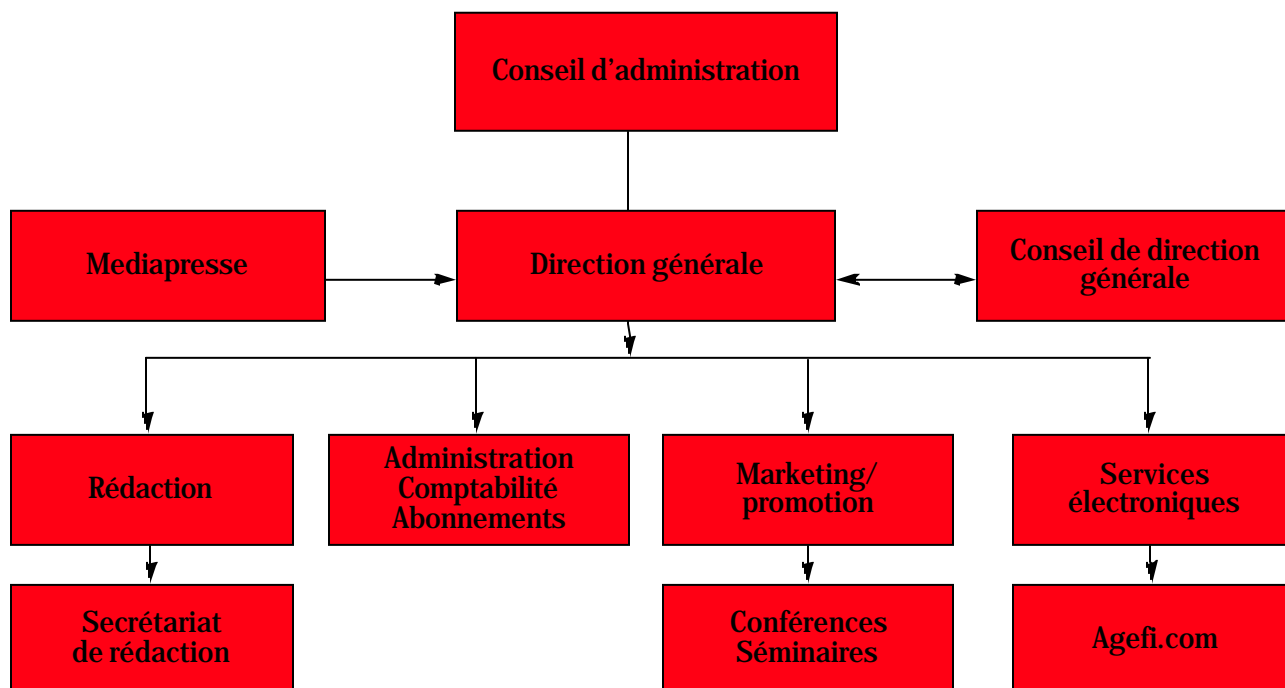
CHARLES PONCET

Organigramme du Groupe

• 4



Organigramme général



Les organes de l'Agefi

5 •

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: Ernst & Young



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: Ernst & Young



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: Ernst & Young



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: Ernst & Young



CLAUDE HAEGI



ROBERT PENNONE

L'Agefi en 2002

• 6



ALAIN FABAREZ
Administrateur délégué
et directeur général
des rédactions
d'Agefi Groupe

Nous écrivions, à cette même page, en 2002 que 2001 avait été sans conteste une année difficile pour nous. Et nous espérions qu'après les attentats du 11 septembre 2001, nous pourrions apercevoir la fin du tunnel pour le dernier trimestre de 2002. Force est de constater que nous nous étions trompés. 2002 a été la pire année pour les médias en Suisse et bien au-delà en Europe et dans le monde.

Des phénomènes multiples se sont superposés et enchevêtrés pour approfondir la crise, la prolonger et faire vaciller finalement le moral des investisseurs. Et des consommateurs. Cela fait trente ans - un long bail - que nous «faisons» le journaliste et vingt ans que nous dirigeons des journaux. Nous n'avons jamais connu une crise d'une telle ampleur et surtout d'une telle durée. Et le début de 2003 est toujours aussi difficile même si nous commençons à percevoir le début de frémissements d'une reprise. Certes elle est légère, certes elle est balbutiante, certes elle peut avorter à tout moment mais, et c'est un point positif, elle montre ses prémices. Quand tout va de travers, quand le moral des troupes est en berne, quand l'investisseur se désespère et le consommateur se recroqueville, il est

difficile de faire des plans sur la comète, d'investir à tour de bras, de monter au créneau. C'est cependant ce que votre groupe a tenté de faire contre vents et marées en 2002.

Comme vous pourrez le constater à la lecture des chiffres et dans l'analyse de votre conseil d'administration, si l'année 2002 a été pour le moins difficile, elle n'est de loin pas catastrophique. Dans l'univers cauchemardesque que nous venons de traverser, Agefi Groupe a su garder une exploitation positive avec un cash-flow opérationnel qui a su rester dans les chiffres noirs alors que la plupart de nos confrères de la presse économique ont malheureusement brutalement viré dans les chiffres rouges. La direction de l'Agefi a, pendant cette période, comprimé au maximum ses coûts en réduisant ses effectifs tout en augmentant globalement l'investissement dans le core business du groupe, c'est-à-dire ses rédactions qui ont vu leurs charges progresser d'un peu plus de 4%. C'est un gage pour l'avenir puisque nous avons décidé de rester forts là où cela compte: dans une offre rédactionnelle toujours plus forte, plus pertinente, plus pointue.

C'est bien entendu le quotidien qui a le plus souffert du marasme de 2002. La crise de la publicité est passée par là avec l'atomisation des produits financiers et la frilosité de la publicité commerciale. Les guides de *l'agefi* ont conforté leur rôle, notre magazine *Classe Evasion* a continué sur sa lancée des dernières années en affirmant une place bien ciblée dans le paysage médiatique romand

et notre site internet www.agefi.com, après son repositionnement, a connu un véritable succès.

Les données statistiques montrent que nos internautes sont différents du lectorat de nos autres médias, avec une population jeune, mixte et cosmopolite.

Avec plus de 800 000 pagesview mensuelles, notre site est devenu le web romand de référence pour l'information économique.

La principale richesse d'un groupe de presse en général et d'un quotidien en particulier comme *l'agefi* ce sont ses lectrices et lecteurs. Et malgré la défiance qui perdure depuis des mois quant aux marchés financiers qui ont vu les investisseurs se détourner des bourses et des instruments traditionnels de placements, il est réjouissant de constater que *l'agefi* a bien tenu le cap et conservé sa place de leader de l'information économique et financière en Suisse romande.

Comme le souligne notre service de marketing, dorénavant dirigé par Patrick Zanello, une des personnalités les plus marquantes en Suisse romande dans ce domaine, *l'agefi* est parvenu à conforter sa place de journal romand numéro un dans le milieu financier en Suisse. Une étude réalisée par l'Institut Media.Research.Group en mars dernier auprès des responsables financiers suisses pointe *l'agefi* en troisième position sur le plan national derrière la *NZZ* et *Finanz und Wirtschaft* mais devant tous les autres quotidiens romands.

Pour 2003, Agefi Groupe a décidé de continuer sur les acquis des années

passées tout en comprimant au maximum ses coûts. Nous continuerons de proposer à l'ensemble de nos lecteurs l'information originale, avant-gardiste et exclusive de nos rédactions. La structure financière particulièrement saine d'Agefi Groupe nous permet de traverser cette crise avec une certaine sérénité. Et beaucoup d'espoir pour l'avenir. La guerre d'Irak est derrière nous, les scandales financiers aussi. Du moins, nous l'espérons. La bulle financière a explosé sans finalement terrasser les marchés financiers. Et si la confiance n'est pas encore au rendez-vous, la plupart des analystes anticipent une reprise pour la fin de cette année, au plus tard au début de 2004. L'Agefi pourra profiter au mieux de cette reprise dès qu'elle montrera enfin son véritable visage. ●

ALAIN FABAREZ

Le rapport du conseil d'administration

• 8



CHARLES PONCET
Président du conseil
d'administration



ALAIN FABAREZ
Administrateur
délégué d'Agefi
Groupe SA

Cela fait maintenant quatre ans qu'Agefi Groupe est entré en bourse. Avec succès puisque, dès les premières cotations, le titre de l'Agefi s'est envolé surfant sur la vague de l'euphorie des marchés financiers. Avec cependant comme vecteur une très forte progression du chiffre d'affaires et du bénéfice de votre société. Les promesses ont été tenues. Le succès était au rendez-vous. Votre groupe a tenu ses engagements de l'IPO au-delà de ce qu'il s'était engagé à faire. Et nous ne sommes pas peu fiers d'avoir rempli les engagements que nous vous avons présentés.

L'attentat suicide des twins de New York, le 11 septembre 2001, a brisé l'élan des marchés financiers. Mais pas seulement lui, la conjoncture avait déjà commencé de se retourner dès les mois de mai et juin. Nous étions en fin de cycle et personne, ou à peu près personne, ne le savait. L'euphorie financière d'alors obscurcissait les esprits, même si certains rappelaient déjà que «les arbres ne montent pas jusqu'au ciel». D'autres phénomènes ont aggravé le coût d'arrêt.

Les scandales financiers, les faux comptes édités, le pillage des grandes sociétés par des managers peu scrupuleux et bien sûr, l'éclatement de la bulle financière ont réfréné les ardeurs des plus optimistes, fragilisé les marchés et entamé la confiance des consommateurs. L'évolution de votre groupe s'inscrit dans cette logique. Globalement, il est hyper-prospère en période de progrès si ce n'est de boom économique. Il l'est moins quand les marchés se retour-

nent et quand la confiance est en berne. Comme tous les groupes de presse, l'Agefi dépend pour les trois quarts de ses recettes de la publicité. Et le moins que l'on puisse dire c'est que la publicité pour les journaux économiques et financiers a subi un terrible coût d'arrêt depuis deux ans. Nous avons cependant moins souffert que nos concurrents qui sont dans la même sphère. Le chiffre d'affaires de la publicité du groupe n'a reculé que de 13,1% en 2002. Il faut cependant mettre ces chiffres en parallèle avec l'évolution des chiffres de ces dernières années (*voir également tableau en page 17*).

Face à la dégradation des marchés, le tirage de *l'agefi* a également subi un retournement de tendance, bien que *l'agefi* reste solide sur ses positions avec une baisse de sa diffusion de 9% par rapport à l'année précédente, alors que la baisse des tirages de référence sur le marché comme *Bilanz*, *Finanz und Wirtschaft* ou *Cash* oscille entre 11 et 14%. Il faut également mettre ces chiffres en perspective avec trois années de forte hausse de diffusion (+47,4% entre 1997 et 2000). Dans cette conjoncture, particulièrement ardue, qui a vu les comptes de profits et pertes de la majorité des journaux de notre type en Suisse et en Europe virer dans le rouge, le cash-flow d'exploitation de votre groupe est resté positif à 0,4 contre 5 millions en 2001.

Le chiffre d'affaires brut a baissé de 13,5% pour passer de 20,9 à 18,1 millions. C'est la publicité qui a le plus souffert en passant de 15,5 à 13 millions. Les produits divers ont eux

continué leur progression en passant de 1,27 à 1,63 million.

La direction de votre groupe, bien que continuant à investir dans les rédactions puisque leur charge a progressé de plus de 4%, a cherché par ailleurs à contenir au maximum les charges d'exploitation qui ont ascendu à 14,2 millions contre 13 millions en 2001.

Le groupe a acquis, durant l'exercice 2002, 47% de la société Success & Career SA, Genève, active dans l'organisation de forum d'étudiants et l'édition du guide *Objectif Emploi* et pour lequel un montant de CHF 1240000 a été payé. Les résultats de la société n'ayant pas atteint les objectifs fixés lors de l'acquisition, le Groupe a décidé de cesser cette activité en décembre 2002. Agefi Groupe s'estime fondé à invalider la convention d'achat et réclame la restitution du prix payé par demande arbitrale. A la date du bilan, tous les actifs liés à cette activité ont été provisionnés.

En juin 2001, le groupe a cessé la publication du magazine *FUTUR(e)S*. Future(e)s Sarl, Paris, a été placée en liquidation judiciaire le 29 novembre 2001. Agefi Groupe SA avait alors fait l'objet d'une prétention secondaire (appel en garantie) de 0,4 million d'euros au titre des frais d'impression de *FUTUR(e)s* en France. Bien que contestant cette prétention, le conseil d'administration avait néanmoins décidé de créer une provision pour partie du montant réclamé et des frais juridiques. Au 31 décembre 2002, le conseil d'administration estime que, faute de fondement, ces prétentions n'ont pas été confirmées.

En conséquence, la provision de CHF 567000 a été dissoute.

Malgré cette conjoncture pour le moins difficile, et cette première perte depuis l'introduction en bourse, perte occasionnée on l'a vu malgré un cash-flow et un bénéfice d'exploitation positifs, par l'amortissement de l'investissement de Success & Career, amortissement décidé par votre conseil d'administration pour scrupuleusement respecter les normes IAS qui sont appliquées dans la présentation des comptes, la situation de votre groupe reste particulièrement saine avec des fonds propres de 5,9 millions et aucun emprunt à court, moyen et long termes. Cette situation devrait nous permettre de bénéficier à plein du moindre retournement conjoncturel. Le conseil d'administration de votre société ayant décidé, pour l'instant, de rester sur une philosophie de strict contrôle des coûts, tout en privilégiant le core business de la société, à savoir la qualité et les performances de ses rédactions. ●

LE CONSEIL



ROBERT PENNONE
Vice-président
du conseil
d'administration
d'Agefi Groupe



GEORGES BLUM
Membre du conseil
d'administration
d'Agefi Groupe



CLAUDE HAEGI
Membre du conseil
d'administration
d'Agefi Groupe

2002 selon Marc Gaudet

• 10

4 janvier



15 janvier



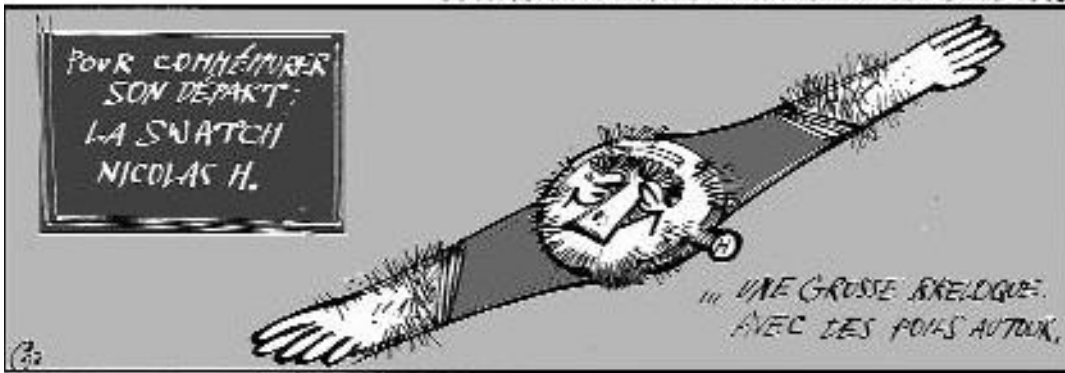
13 février



14 février



SUCCESSION HAYEK: NICK REMPLACERA NICOLAS DÈS 2003



11 •

10 juin

ROME: FIN DU SOMMET CONTRE LA FAIM



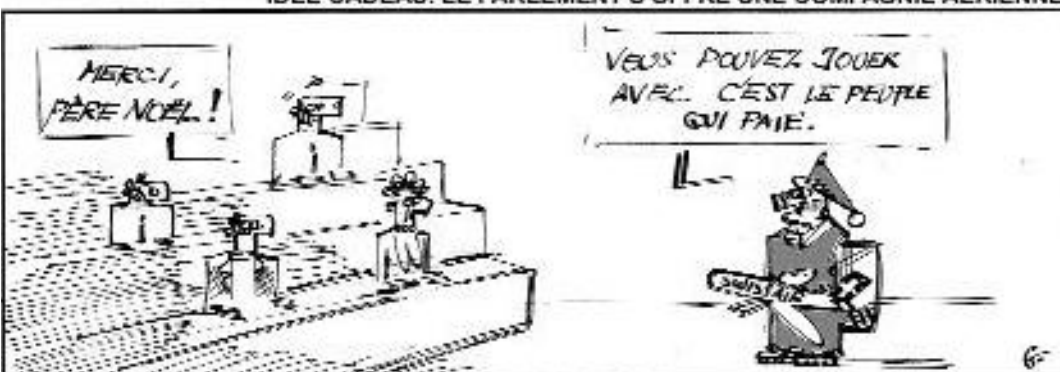
14 juin

TIREUR DU 14 JUILLET: COMMENT ENTRER DANS L'HISTOIRE PAR LA PORTE DE SERVICE



16 juillet

IDEE CADEAU: LE PARLEMENT S'OFFRE UNE COMPAGNIE AERIENNE



16 novembre

La rédaction

• 12

L'année 2002 a représenté un défi particulier pour la rédaction de *l'agefi*. Comme tous les médias liés à la finance, il a fallu répondre à un besoin croissant d'analyses et de commentaires. Parallèlement à cette soif de connaissances, les ressources ont été adaptées à la baisse, compte tenu du recul de la publicité et des abonnements auxquels *l'agefi* n'a pu se soustraire. Ainsi, nous avons réduit de plus d'un tiers les contributions des rédacteurs pigistes. Au deuxième semestre, l'effectif des journalistes a diminué de 15%, certains départs n'ayant pas été repourvus. Nous avons réduit la pagination du quotidien, même si, avec le plus souvent 36 pages, nous offrons chaque jour le double de pages du *Wall Street Journal Europe*, lequel constitue toujours le modèle éditorial, avec une priorité absolue aux éditoriaux engagés, opinions et commentaires financiers. Ce n'est pas un hasard si nous avons renouvelé notre partenariat avec *BreakingViews*, qui offre chaque jour quatre opinions, brèves et sans concessions, sur les marchés financiers. *BreakingViews* est aussi partenaire du premier quotidien économique au monde.

Dans le même ordre d'idée, en ce début d'année 2003, nous avons signé un accord avec *Project Syndicate*, un projet éditorial, qui fournit des commentaires originaux de Prix Nobel et signatures prestigieuses de l'académie (Harvard, MIT) et du monde politique, économique et financier. 180 auteurs illustres peuvent ainsi faire parvenir leurs commentaires à plus de 90 pays, pour un tirage supérieur

à 300000. Votre quotidien dispose de l'exclusivité pour la Suisse romande. A l'intérieur de la rédaction, nous nous sommes assurés les services de Pierre Bessard devenu, en automne, chef de la rubrique politique de *l'agefi* et considéré dans la Berne fédérale comme le seul journaliste qui défend les idées libérales - non pas au sens partisan, *l'agefi* se devant absolument de rester indépendant politiquement. En finance, pour la première fois nous sommes parvenus à sortir deux éditions du *Haute Finance*, l'une au printemps réalisée par François-Serge Lhabitant, sur les hedge funds, la seconde, en collaboration avec l'institut académique Fame, sur la recherche en finance.

Le cycle baissier des bourses déployant pleinement ses effets sur les actions, nous avons privilégié les informations sur les hedge funds et les produits structurés, à l'interne et avec de nouvelles rubriques réalisées en collaboration avec divers partenaires, tels que l'UBS et la BCV.

En 2003, nous poursuivrons sur cette voie. Nous sommes le seul quotidien suisse à offrir chaque semaine une page sur les hedge funds, avec interview d'un gérant qui figure toujours parmi les premiers de son secteur. Dans un domaine qui n'est pas réputé pour sa transparence, l'effort n'est pas mince.

Dans le domaine de la technologie, *l'agefi* a renforcé ses collaborations avec l'EPFL. Ainsi cette année, nous travaillons en commun sur un magazine qui fera le point sur l'état de la recherche. Et cela devrait être un moment fort pour *l'agefi* en 2003.

Dans un flot d'informations de tous types, nous avons privilégié une analyse de fond, résolument prospective. Nos prises de parole éditoriales ont été fortes, cohérentes et, nous osons le dire, courageuses dans une presse qui veut plaire sans oser affirmer ses valeurs. Cette liberté de ton, cette indépendance d'esprit libéral, constituent nos valeurs et nous sommes convaincus que nos lecteurs, même s'ils sont d'un avis contraire, apprécient l'affirmation franche de nos idées, à condition bien sûr que nous renforçons toujours notre couverture de l'actualité financière.

En 2003, nous continuerons sur cette voie: approfondir la finance et mieux anticiper les tendances qui enrichissent le tissu économique, tout en préparant un nouveau journal, plus élégant et qui apporte le débat et une valeur ajoutée à l'information. En ce sens, *l'agefi* s'affirme, à l'instar des grands quotidiens économiques et financiers *Wall Street Journal* ou *Financial Times*, comme une référence pour tous ceux qui doivent décider ou penser l'avenir. Cette composante inclut bien évidemment la finance et l'économie mais tout naturellement la sphère politique et scientifique. A l'heure du prêt à penser sans substance, de la surinformation, *l'agefi* privilégie résolument le conseil et la réflexion. ●

EMMANUEL GARESSUS

PIERRE VEYA



EMMANUEL
GARESSUS
Directeur
de la rédaction



PIERRE VEYA
Rédacteur en chef

Le marketing

• 14



PATRICK ZANELLO
Directeur du marketing

L'année 2002 a été une année difficile pour la presse quotidienne et notamment pour la presse économique mondiale. La presse suisse n'échappe pas à cette situation sur le plan de la diffusion et de l'audience, avec, par exemple des baisses conséquentes de tirage pour des titres de référence sur le marché (-14% pour *Bilanz*, -12% pour *Finanz & Wirtschaft*, -11% pour *Cash* - source: REMP). *L'agefi* reste solide sur ses positions, avec sa diffusion de 10191 exemplaires (en baisse de -9% par rapport à l'année précédente). Cette tendance est liée, bien évidemment, aux grandes variations de la bourse, mais elle est aussi le fait d'un programme de réduction des coûts qui nous a permis de diminuer, sensiblement, la distribution non qualifiée du titre au cours de ces deux derniers exercices. De plus, cette baisse intervient après trois années de forte hausse de la diffusion (+47,4% entre 1997 et 2000) liée à l'euphorie de la bulle internet.

En termes d'audience, grâce à son originalité et son positionnement sur le secteur économique, *L'agefi* est parvenu à conforter sa place de journal romand numéro un dans le milieu

financier en Suisse (numéro trois sur le plan national, derrière la *NZZ* et *Finanz und Wirtschaft*, selon l'étude réalisée par l'institut Media.Research. Group en mars dernier auprès des responsables financiers suisses).

Avec ses 21000 lectrices et lecteurs quotidiens selon l'étude Mach Basic 2002, dont près de 29% de lectrices (en forte progression par rapport à l'étude précédente), le quotidien comprend 43% de lecteurs de moins de 40 ans (soit un âge moyen très en deçà des moyennes habituelles pour la presse économique). Cette audience est stable contrairement à la majorité de la presse économique qui a vu, en 2002, son lectorat diminué. Son audience est aussi demeurée stable auprès des leaders romands selon la dernière étude réalisée auprès de cette cible. Ainsi, après une parution seulement, *L'agefi* atteint près de 13% de l'ensemble des leaders de Suisse romande.

Au niveau de notre site internet, www.agefi.com, les données statistiques nous démontrent que nos internautes utilisent notre site en privilégiant l'accès aux archives de *L'agefi* et aux outils spécifiques et exclusifs pour la finance personnelle et professionnelle que nous avons développés, en particulier dans le cadre de partenariat avec des start-up romandes spécialisées. Avec plus de 800000 pages vues mensuelles, notre site est devenu le web romand de référence pour l'information économique.

Agefi Groupe travaille à l'élargissement du périmètre de ses activités tout en restant sur ses domaines d'excellence: l'économie et la finance. Notre développement, sur le plan mar-

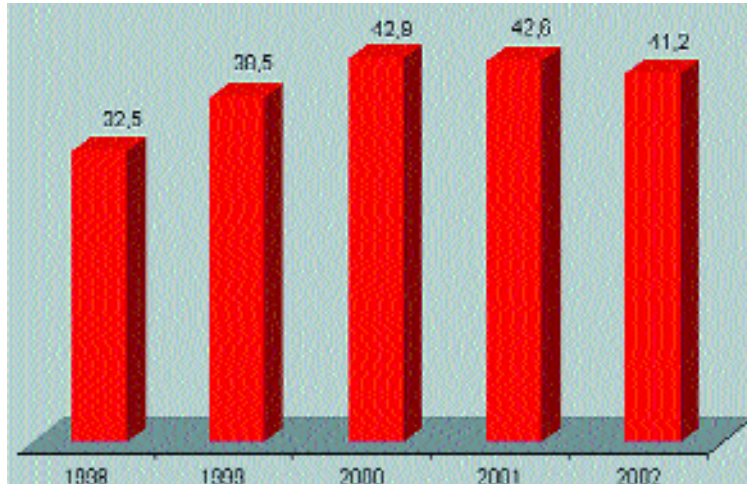
keting, passe par une clarification et un renforcement de la cohérence au niveau de la gamme de nos produits, par une plus grande accessibilité au contenu, quelle qu'en soit la forme, par la progression de la notoriété de la marque auprès d'un plus large cercle de décideurs économiques francophones en Suisse, par de nouveaux rôles de référence que devra jouer la marque en matière économique et financière et par une optimisation des canaux de distribution de nos produits (avec un renforcement des liens avec nos «vendeurs» et nos «clients»). Un des premiers résultats tangibles de ces opérations est que nos acheteurs trouvent, pour tout le week end, l'édition du vendredi de *L'agefi* en vente dans nos 750 points de vente en kiosque.

La séduction de nouveaux acheteurs, de nouveaux abonné(e)s et de nouveaux lecteurs/trices est au programme pour l'année 2003 tout en ne négligeant pas nos 2 1000 lecteurs quotidiens ainsi que les milliers de lectrices et lecteurs occasionnels de nos différents produits ponctuels. De plus, nous continuons à renforcer nos liens avec les instituts de formation des futurs dirigeants et leaders d'opinion de Suisse romande, que ce soit dans le domaine de la finance, de la banque, des PME et de la communication.

Nous sommes convaincus que l'avenir appartient aux titres qui s'attachent au contenu, en particulier de qualité et original, et que notre rôle est de valoriser les efforts de fond et de forme réalisés par l'ensemble des équipes du groupe. ●

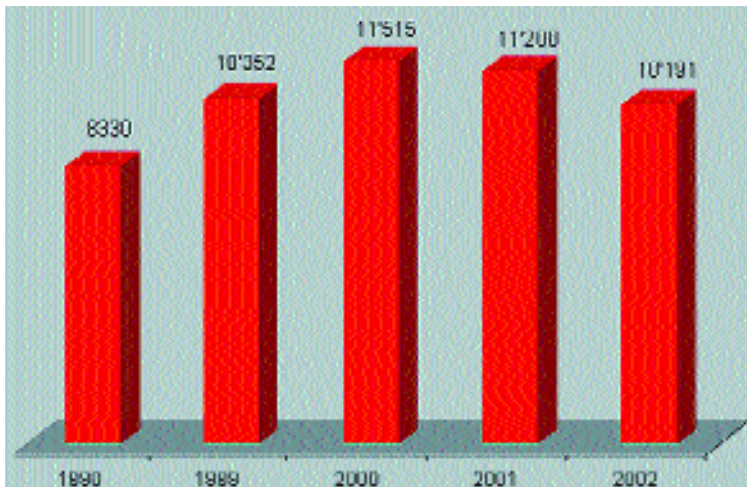
PATRICK ZANELLO

PAGES



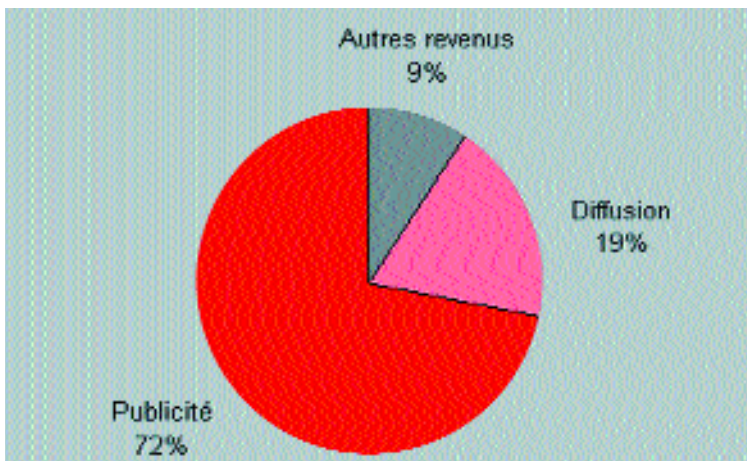
La légère diminution de la pagination est essentiellement due au recul de la publicité

TIRAGE



Le tirage a souffert de la crise des marchés financiers

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



Peu de variations d'une année sur l'autre dans la répartition du chiffre d'affaires

La publicité

• 16



OLIVIER BLOCH
Directeur général
de Mediapresse,
régie publicitaire
de l'Agefi

Difficile de faire état de l'année 2002 en termes de publicité tant celle-ci aura été tendue, indécise, accrochée, dure et parfois même déprimante. Ce que l'on peut retenir, en premier lieu, est une baisse générale des recettes publicitaires, tous médias confondus, hormis la radio qui est pour ainsi dire la seule à passer entre les gouttes.

Néanmoins, le premier trimestre d'exploitation sur l'Agefi, et ses différents suppléments, peut être qualifié de satisfaisant: une faible baisse des volumes de 3,4% sur un marché national à -17% alors que nos concurrents directs (quotidiens ou hebdomadaires économiques et financiers) ont, eux, enregistré des baisses variant entre -23,3% et -38,4% (chiffres source ASSP 2002).

Nous avons, dès le courant du mois d'avril, été rattrapés par un contexte économique de plus en plus difficile en Suisse et dans le reste de l'Europe: incertitudes, scandales financiers, faillites retentissantes, conjoncture internationale tendue, crise de confiance généralisée et surtout chute violente des marchés boursiers. Nos clients ont, pour la plupart, dû faire face à des problèmes importants les obligeant à réduire drastiquement leurs dépenses. La communication n'a pas échappé aux règles de gestion. Nous avons dû nous battre toute l'année pour tenir un chiffre d'affaires publicitaire que nous voulions le moins catastrophique possible. Nous finissons l'année à -19,3% sur un marché national à -13,2%.

Il faut pourtant se méfier des conclusions rapides: seuls les grands titres

généralistes ont enregistré les moins fortes baisses (entre -12% et -16%), soutenus en cela par le marché de la grande consommation, marché qui nous échappe compte tenu de notre positionnement pointu et spécifique. Si nous regardons de plus près les journaux spécialisés, évoluant sur notre secteur soit l'économie et la finance, les baisses varient entre -21,8% et -30,4% (chiffres source ASSP 2002). Cela est dû en grande partie à une désaffection temporaire du grand public pour la bourse et, du même coup, tout ce qui touche au monde des affaires. *L'agefi*, bien que durement touché par le retournement des marchés, n'a, tout compte fait, pas trop mal encaissé le coup. Son supplément *life style Classe Evasion* a même enregistré une augmentation de ses recettes publicitaires de 25% par rapport à 2001, preuve que la politique d'élargissement de l'assortiment du journal continue à porter ses fruits.

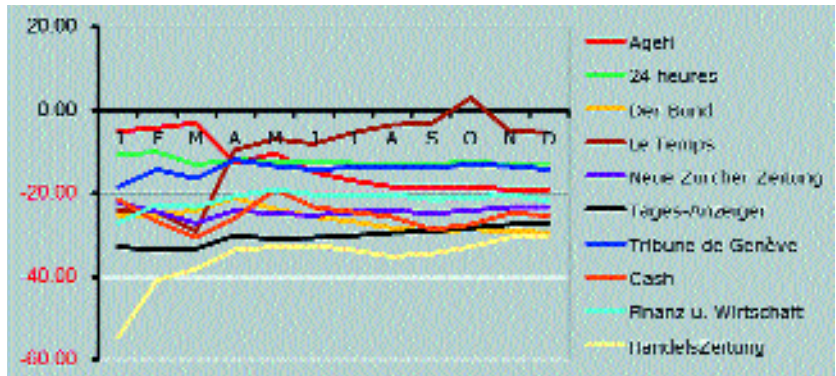
2003 sera une année difficile à plus d'un titre, la plupart de nos clients n'ayant pas encore terminé de se réorganiser. Les grands indicateurs économiques ne sont pas non plus au beau fixe et les incertitudes demeurent.

Nous sommes toutefois prêt à relever le défi. Nous effectuons depuis plusieurs mois maintenant un travail marketing de fond visant à renforcer le titre et du coup sa position sur les marchés publicitaires.

Nous comptons beaucoup sur la nouvelle maquette pour dynamiser les recettes. Nous sommes bien décidés à ne rien lâcher. ●

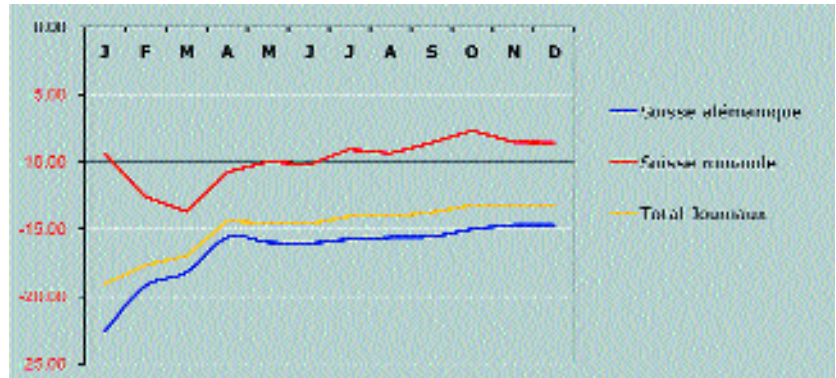
OLIVIER BLOCH

ÉVOLUTION CUMULÉE DU VOLUME PUBLICITAIRE 2002 PAR RAPPORT À 2001 EN %



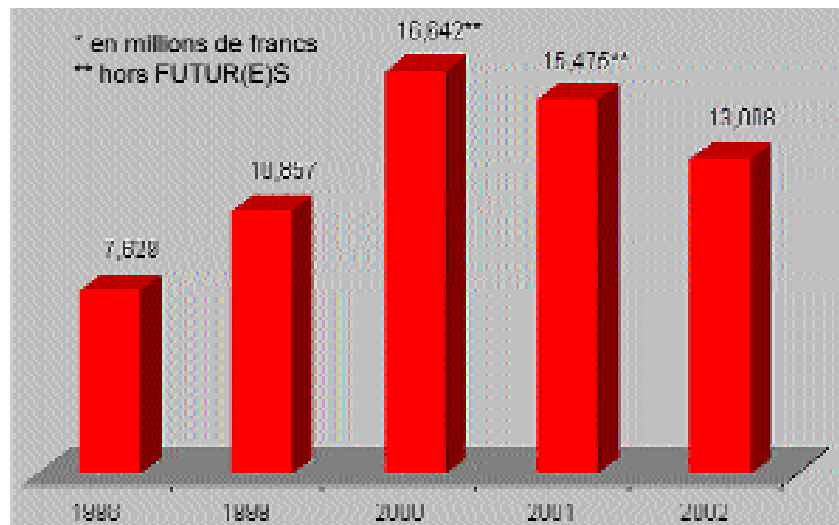
L'agefi, malgré sa position de niche dans la finance, a su tenir sa place dans la morosité ambiante

RÉSULTATS CUMULÉS 2002



2002 a été une véritable année de crise pour la publicité en Suisse

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES*



La publicité, première victime de la crise de confiance actuelle

L'analyse du marché

• 18



BRUNO BERTEZ
Conseiller
de la direction

Il était commun, avant l'opération irakienne, de caractériser l'année 2003 comme une année pleine d'incertitudes.

Incertitudes militaires, cela paraît évident, incertitudes géopolitiques bien sûr, incertitudes économiques par contrecoup.

Maintenant que les troupes anglo-américaines contrôlent Bagdad, les incertitudes paraissent levées. C'est le discours des gouvernants et des régulateurs. Selon eux, plus rien ne s'oppose au retour de la croissance économique. D'ailleurs, ne constate-t-on pas que le prix du pétrole est en forte baisse; d'ailleurs, la confiance des agents économiques n'est-elle pas en train de se redresser?

Une page serait-elle donc tournée? L'histoire peut-elle reprendre tranquillement là où elle avait été interrompue, il y a trois ans, par la récession, par les scandales et par le terrorisme? C'est le rôle des gouvernants de tenter de le faire croire. Même lorsqu'ils se trompent, il ne leur en est pas tenu rigueur. On remarque en revanche que les chefs d'entreprises sont beaucoup moins catégoriques. L'incertitude militaire est levée, font-ils valoir, une amélioration est dans l'ordre des choses, reconnaissent-ils, mais cela ne garantit en aucun cas le retour à une activité économique satisfaisante, saine et durable.

Qui a tort, qui a raison? Qui a tort, des gouvernants qui poussent à l'optimisme ou des chefs d'entreprises qui entretiennent la prudence? Nous le saurons d'ici quelques mois. Pas trois mois seulement, mais certaine-

ment beaucoup plus, car il faut du temps pour que les effets d'annonce et les effets de propagande se dissipent. Il faut que le poids du réel puisse prendre le dessus sur les fluctuations plus ou moins spontanées de la perception. Nous ne nous rallions pas à la thèse de l'incertitude. Mieux même, nous considérons qu'elle est trompeuse, en particulier puisque c'est notre sphère, qu'elle est trompeuse pour l'investissement. Pour nous, il n'y a que très peu d'incertitudes, car des évidences s'imposent et de ces évidences découle un cours des choses quasi inéluctable.

La période d'enrichissement exceptionnel des années 1990/2000 est terminée. Définitivement terminée. C'est par un phénomène d'inertie de la conscience des foules que les marchés continuent de se comporter comme si l'on pouvait encore rêver de renouer le fil des années 1990. La reprise de la croissance, le retour de la prospérité butent non sur des limites psychologiques qui seraient la confiance ou le moral des agents économiques, elles butent sur de solides réalités qui constituent autant d'obstacles incontournables.

La première est celle du surendettement considérable de tous les participants au jeu économique mondial. La prospérité des années 90 n'a pu se développer qu'au prix du gonflement d'une gigantesque bulle financière dont la bulle du prix des actions n'a été qu'un petit élément. Au premier rang évidemment, se trouve l'hyper-trophie américaine. L'histoire montre que malgré les innovations financières, malgré la manipulation des

taux d'intérêt, il y a toujours à un moment ou à un autre une limite à la dégradation de la situation financière des agents économiques privés. Et cette limite a été atteinte, la preuve en est que pour continuer à tourner, le système américain a maintenant besoin de passer à une autre étape, celle du gonflement de l'endettement public.

La deuxième est que le monde global a fonctionné sur la base d'un système centré sur les Etats-Unis. Les économies asiatiques et européennes se sont équipées et se sont structurées de façon à produire pour satisfaire les besoins des consommateurs américains. La défaillance de ce consommateur pose la question, pour ces économies, soit de trouver de nouveaux débouchés, soit de mettre les équipements correspondants au rebut. Comment retrouver une activité économique globale satisfaisante au cours des prochaines années, si le système américain doit, comme cela est obligatoire, traverser une phase de rééquilibrage et d'assainissement de la situation financière de ses agents privés. Pour l'instant, ni l'Asie, ni l'Europe ne semblent vouloir traiter du problème. Aucune solution ne se dessine. La troisième découle des deux premières. Le monde financier, depuis le début des années 80, s'est organisé pour profiter des occasions de profit que générait le système américain. Tout comme l'économie mondiale est structurée pour satisfaire les besoins américains, la sphère financière mondiale est conçue pour combler ses déficits. L'existence d'un gigan-

tesque besoin de financement de l'ensemble américain a conduit les institutions financières privées et même les banques centrales à s'organiser pour le satisfaire: drainage de l'épargne, achat et dissémination des risques de crédit, accumulation de réserves en dollars, etc. L'industrie financière au sens large s'est modelée pour capter sa part du profit généré par les déficits américains. Dès lors que le modèle va cesser de fonctionner, une action de restructuration et de réallocation va s'imposer. Déjà, elle est obligée de tenir compte des mutations en cours et de procéder à des dévalorisations comptables considérables de ses actifs.

Telles sont nos certitudes. La période de 2000/2003 n'est pas un accident de parcours. Elle constitue la révélation des faiblesses d'un mode de croissance que l'on avait, au mépris de l'expérience, pris pour éternel.

Certes, par les artifices, il est possible de tenter de faire croire que l'on peut retrouver le rêve, c'est certainement ce que l'on va faire, mais le coût de ces artifices sera considérable. Les déséquilibres qui en découleront seront encore plus profonds et enracinés. Les remèdes qu'il faudra mettre en oeuvre seront encore plus douloureux.

Entre-temps bien sûr, une hausse reste possible sur les marchés financiers, elle paraît même dans l'ordre des choses. Ceci pour au moins trois raisons. La première est que mécaniquement les indicateurs d'opinion, puis les indicateurs d'activité vont progressivement s'améliorer en raison de l'effet de soulagement procuré

par la fin de la campagne d'Irak. La deuxième est que les gérants internationaux vont avoir tendance, à l'approche de la fin du premier semestre, à corriger leurs allocations d'actifs. Beaucoup d'entre eux restent sous-pondérés en actions et il est évident qu'ils doivent progressivement rattraper les allocations qui découlent de leurs indices de références. La troisième est que les liquidités vont rester abondantes et les taux d'intérêt bas, tant en raison de la politique monétaire stimulante suivie partout dans le monde, qu'en raison de l'absence de placements alternatifs. Effet d'entonnoir en quelque sorte. ●

BRUNO BERTEZ

Corporate governance

• 20

Cette section sur le corporate governance a été rédigée en conformité avec les exigences de la «Directive concernant les informations relatives à la corporate governance» établie par la SWX Swiss Exchange et entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2002.

STRUCTURE DU GROUPE ET ACTIONNARIAT

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 au 17, rue de Genève à Lausanne (Suisse). L'organigramme et la structure du groupe sont présentés en page 4 du rapport de gestion ainsi que dans la note 2 de l'annexe relative aux comptes annuels consolidés. L'essentiel du chiffre d'affaires et du résultat du groupe est réalisé par Agefi Société de l'Agence Economique et Financière SA, Lausanne, filiale détenue à 100% par Agefi Groupe SA.

Les principaux actionnaires du groupe sont:

Actionnaires	Nombre de titres	%
Alain Fabarez	320 000	38,64
Kairos Fund	114 494	13,82

STRUCTURE DU CAPITAL

La structure du capital social, du capital conditionnel et des options en circulation est décrite dans la note 6 de l'annexe relative aux comptes annuels consolidés. Durant les trois derniers exercices, Agefi Groupe SA a augmenté son capital-actions par

l'exercice de droits d'options des administrateurs et collaborateurs comme suit:

Année	Nombre d'actions	Valeur nominale en CHF
2000	1600	40 000
2001*	12 210	61 050
2002	-	-

* En 2001, Agefi Groupe SA a procédé à un split de ses actions (cinq nouvelles pour une ancienne).

Les actions, acquises en bourse ou hors-bourse, passent à l'acquéreur au moment du transfert. Il n'existe aucune restriction de transfert de titres d'Agefi Groupe SA. Toutefois, la société dispose d'un délai de 20 jours pour se prononcer sur la reconnaissance de l'acquéreur. Si la société ne refuse pas la reconnaissance de l'acquéreur, ce dernier est réputé reconnu comme actionnaire avec droit de vote. Tant que l'acquéreur n'a pas été reconnu par la société, il est inscrit au registre des actions comme actionnaire sans droit de vote.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration d'Agefi Groupe SA comprend les membres suivants:

Charles Poncet, (première élection en juin 1999) président, membre non exécutif, nationalité suisse. Charles Poncet est associé dans l'étude d'avocat Ziegler, Poncet & Grumbach. Il est également ancien conseiller national et ancien député au Parlement genevois.

Alain Fabarez, (première élection en mai 1993) administrateur délégué, membre exécutif, également directeur général des rédactions. De na-

tionalité française, Alain Fabarez a commencé sa carrière en tant que rédacteur à l'Agefi France.

Arrivé en Suisse pour faire l'audit de l'Agefi Suisse, qui venait d'être reprise par l'Agefi France, il en a ensuite pris la direction. Directeur général de l'Agefi jusqu'en 1993, il a alors pris le contrôle du groupe qui était détenu alors par l'Expansion en France. Depuis cette date, il assume le management du groupe. Depuis son introduction en bourse en juillet 1999, il contrôle environ 40% du capital. Alain Fabarez est également administrateur d'Academy et Finance SA à Genève et d'Investissima SA à Lausanne, deux sociétés dans lesquelles Agefi Groupe a des participations. Il n'exerce aucun autre mandat ailleurs.

Georges Blum, (première élection en juin 1999) membre non exécutif, nationalité suisse. Georges Blum a effectué l'essentiel de sa carrière auprès de la Société de Banque Suisse, aujourd'hui UBS SA. Il fut nommé président du directoire en 1993 puis président du conseil d'administration en 1996. Il exerce aujourd'hui une activité de consultant et d'administrateur de sociétés. Georges Blum est président des conseils d'administration de 4M à Yverdon et de Tétral SA à Pully. Il est également membre du conseil d'administration de Tetra Laval Group à Pully.

Claude Haegi, (première élection en juin 1999) membre non exécutif, nationalité suisse. Claude Haegi a été membre du conseil exécutif de la Ville de Genève de 1983 à 1989, en charge du Département des finances

et des Services généraux. De 1989 à 1997, il a été membre du Gouvernement de la République et Canton de Genève qu'il a présidé. Il était en charge du Département de l'intérieur, des affaires régionales et européennes de l'environnement et du logement. Depuis 1998, il exerce des fonctions d'administrateur de sociétés et préside la Fondation Européenne pour le Développement durable des Régions (FEDRE). Il est également consultant-expert auprès du Conseil de l'Europe. Claude Haegi est vice-président de la Société Bancaire Privée SA à Genève. Il est également administrateur du Groupement Européen d'Intérêt Economique du Tunnel du Mont-Blanc à Courmayeur et des SIG, Services Industriels de Genève à Genève.

Robert Pennone, (première élection, juin 1999) vice-président, membre non exécutif, nationalité suisse. Expert-comptable de formation, Robert Pennone a exercé les fonctions de directeur central d'ATAG Ernst & Young, société dont il était également administrateur et le managing director d'Ernst&Young M+A Europe. De 1996 à 1999, il fut directeur général de l'activité banque d'affaires de la banque Marcuard Cook & Cie S.A, Genève. De 1979 à 1983, il fut également président de l'Ordre des experts-comptables de Genève.

Il est président du conseil de la Banque SCS Alliance, Genève et administrateur de Reuters SA, Genève et de Compagnie Financière Tradition, Lausanne. Robert Pennone est président de FidGroupe, Genève, de Fidutec Fiduciaire SA, Genève et

associé de Pennone Lüthi & Partners, Genève, société avec laquelle Agefi Groupe SA a conclu le 3 août 2000 un contrat de liquidité en vertu duquel elle confie mandat à la société d'exercer une activité de market making sur ses propres actions.

Les membres du conseil d'administration sont élus pour une année et sont rééligibles. Les conseils d'administration des filiales détenues à 100% par Agefi Groupe SA, soit Agefi, Société de l'Agence Economique et Financière SA à Lausanne, d'Agefi.com SA à Genève et de Publications Financières LSISA à Genève, sont composés des mêmes membres que la société mère.

Le conseil d'administration se réunit en moyenne quatre fois par année. La durée moyenne des séances est de 4 heures. Des séances extraordinaires, soit formelles, soit par conférence téléphonique, peuvent avoir lieu durant l'année. Le conseil exerce la surveillance et le contrôle direct de la direction. Durant ses séances, le conseil revoit les activités du groupe sur la base de tableaux de bord opérationnels. Une fois par année au moins, le réviseur est invité à participer à une séance du conseil durant laquelle il fait part du résultat de ses travaux.

DIRECTION GÉNÉRALE

La direction générale du groupe Agefi est composée des personnes suivantes:

Emmanuel Garessus, après avoir obtenu une maturité au Collège Saint-Charles de Porrentruy, un diplôme de psychologie et une licence es sciences économiques à l'Université

de Genève, a rejoint l'Agefi en qualité de rédacteur en 1983. En 1989 et 1990, il a été nommé respectivement rédacteur en chef adjoint puis rédacteur en chef. Dès 2001 il a pris la direction de la rédaction de *l'agefi*. **Pierre Veya**, après avoir suivi l'Ecole Supérieure de Commerce de Delémont, est entré en 1982 en qualité de journaliste stagiaire à *l'Impartial*. En 1985, il a été nommé chef de la rubrique cantonale de ce quotidien. En 1989, il a été engagé à *l'Hebdo* comme journaliste où il a assumé la direction de la rubrique économique dès 1992. Il a rejoint *l'agefi* en 1997 en qualité de rédacteur en chef adjoint et dès 2001, il assume la rédaction en chef de *l'agefi*. Il exerce le mandat d'administrateur et de président de la société Nadem SA à La Chaux-de-Fonds dans laquelle il détient 21% du capital. Il est également membre du comité du Club suisse de la Presse à Genève.

Patrick Zanello, après avoir réussi sa maturité au Gymnase de Lausanne, a rejoint le groupe La Suisse dès 1989 en qualité de commercial pour *Foot Hebdo*, puis le journal *La Suisse* dès 1990. En 1991, il a assumé la responsabilité du service média de Heinz Heimann à Genève. Son challenge principal consistait à gérer les budgets «montres et grande consommation». Puis, il est revenu à *La Suisse* en qualité de responsable commercial des magazines *TV 8* et *Femme d'aujourd'hui* pour, par la suite, prendre en charge la direction de la publicité du journal *La Suisse*. En 1994, il entre au service de l'agence de communication Concept Media à Genève afin

de développer la clientèle «presse». Dès 1996, il est nommé directeur de la publicité du *Matin* au sein de la régie Publicitas, puis directeur de la publicité du *Matin*, de *24 heures* et de *La Tribune de Genève* dès 2000. Il prend la direction commerciale de Publimedia, activité de régie publicitaire auprès des grands clients du groupe Publicitas dès 2001.

Il a rejoint la direction de l'Agefi en avril 2003 pour prendre la direction du département de marketing. Il est également membre de la Fédération Romande de Publicité et diplômé en gestion d'entreprise et en marketing.

Georges Gard, expert-comptable diplômé et associé de la société Fidutec Fiduciaire SA, Genève, assume la fonction de directeur financier sur la base d'un contrat de service conclu entre Agefi Groupe SA et Fidutec Fiduciaire SA. Georges Gard a travaillé durant huit ans auprès de Ernst & Young SA à Genève et à Zurich avant de rejoindre Fidutec Fiduciaire SA en 1995.

Rolande Voisard, après avoir obtenu un CFC d'employée de commerce à Porrentruy, a toujours travaillé en tant que comptable dans diverses sociétés. Elle a rejoint l'Agefi en 1991 où elle occupe le poste de responsable administratif et comptable.

RÉMUNÉRATION,

PARTICIPATIONS ET PRÊTS

Le conseil d'administration fixe lui-même la rémunération de ses membres non exécutif, laquelle consiste en indemnités forfaitaires annuelles. Le montant total de ces indemnités pour l'exercice 2002 s'élève à CHF 62000. La rémunération la plus

élevée des administrateurs non exécutif s'élève à CHF 17000.

Aucune indemnité n'est accordée à Alain Fabarez, membre exécutif du conseil d'administration. Il perçoit un salaire annuel de CHF 260000 et ne participe pas au plan de stock-options de la société.

Durant l'exercice 2002, aucune option n'a été distribuée aux membres du conseil d'administration ni aux membres de la direction.

Au 31 décembre 2002, les membres du conseil d'administration et de la direction détenaient les actions et les options suivantes d'Agefi Groupe SA:

	ACTIONS	OPTIONS
Membre exécutif du conseil d'administration	320000	-
Membre non exécutif du conseil d'administration	1250	3200
Membres de la direction	729	-

La rémunération de la société Pennone Lüthi & Partners, Genève, société avec laquelle Agefi Groupe SA a conclu un contrat de liquidité de ses propres actions, s'élève pour l'exercice 2002 à CHF 10000.

La rémunération de la société Fidutec Fiduciaire SA, société avec laquelle Agefi Groupe SA a conclu un contrat de sous-traitance de la fonction de directeur financier, s'est élevée pour 2002 à CHF 48000. Fidutec Fiduciaire SA est détenue majoritairement par FidGroupe, Genève.

DROITS DE PARTICIPATION

DES ACTIONNAIRES

Est seul considéré comme actionnaire à l'égard de la société celui qui est

inscrit au registre des actions. La société a délégué à la S.A.G. SIS Aktienregister AG à Olten, la tenue du registre des actions. Les acquéreurs d'actions nominatives qui en font la demande sont inscrits au registre des actions comme actionnaires avec droit de vote, s'ils déclarent expressément avoir acquis ces actions nominatives en leur propre nom et pour leur propre compte.

Si des personnes ne déclarent pas expressément dans leur demande d'inscription qu'elles détiennent les actions pour leur propre compte, le conseil d'administration pourra néanmoins les inscrire au registre des actions comme actionnaires avec droit de vote, à condition que ces personnes aient conclu un accord concernant leur statut avec le conseil d'administration.

Aucune personne ou groupe de personnes n'est inscrit au registre des actions avec droit de vote pour plus de 10% du capital-actions nominatif inscrit au registre du commerce. Cette restriction d'inscription vaut également pour les actions détenues à titre fiduciaire. Toutefois, Alain Fabarez est autorisé à continuer à détenir jusqu'à 40% des actions de la société (détention existante lors de l'entrée en bourse). Il est inscrit au registre des actions et exerce le droit de vote à due concurrence.

ORGANE DE RÉVISION

Conformément aux dispositions statutaires, l'assemblée générale des actionnaires d'Agefi Groupe SA élit chaque année un organe de révision et un réviseur des comptes de groupe.

Le 6 mai 2002, l'assemblée générale a réélu Arthur Andersen SA, Zürich comme organe de révision et réviseur des comptes de groupe pour l'exercice clos le 31 décembre 2002.

Suite à la cessation des activités d'Arthur Andersen SA et en conformité avec la décision de l'assemblée générale des actionnaires du 6 mai 2002, la société Ernst & Young SA, Zurich a été enregistrée le 4 novembre 2002 en tant qu'organe de révision pour l'exercice clos le 31 décembre 2002. Mike Sills, réviseur responsable chez Ernst & Young SA, travaillait auparavant chez Arthur Andersen SA et supervise la révision des comptes annuels statutaires et des comptes consolidés d'Agefi Groupe SA depuis 1999. Pour l'exercice 2002, les honoraires de l'organe de révision pour l'ensemble du groupe Agefi se sont élevés à CHF 106000.

Une fois par année au moins, le réviseur est invité à participer à une séance du conseil durant laquelle il fait part du résultat de ses travaux.

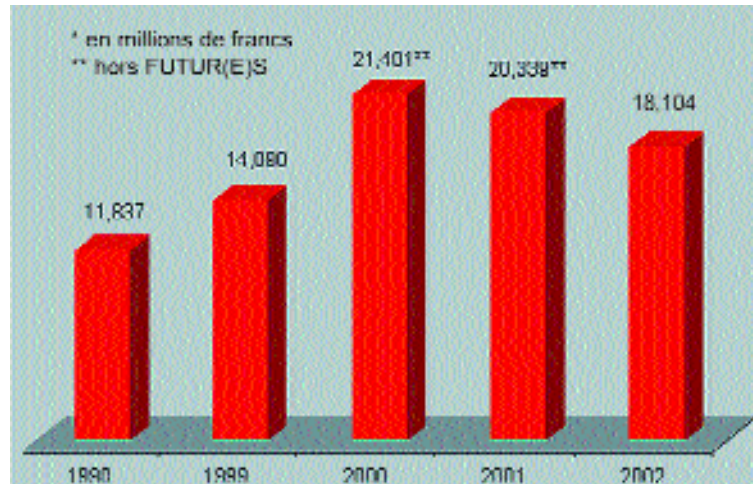
POLITIQUE D'INFORMATION

Agefi Groupe SA communique ses résultats consolidés sur une base semestrielle. Par ailleurs, il communique sur tous les événements susceptibles d'avoir une influence sur son cours. Les rapports de gestion annuels, les résultats semestriels ainsi que les communiqués de presse sont disponibles sur le site internet www.agefi.com.

L'assemblée générale des actionnaires pour l'exercice 2002 aura lieu à l'Hôtel Mandarin Oriental du Rhône, à Genève, le 20 mai 2003 à 11h00. ●

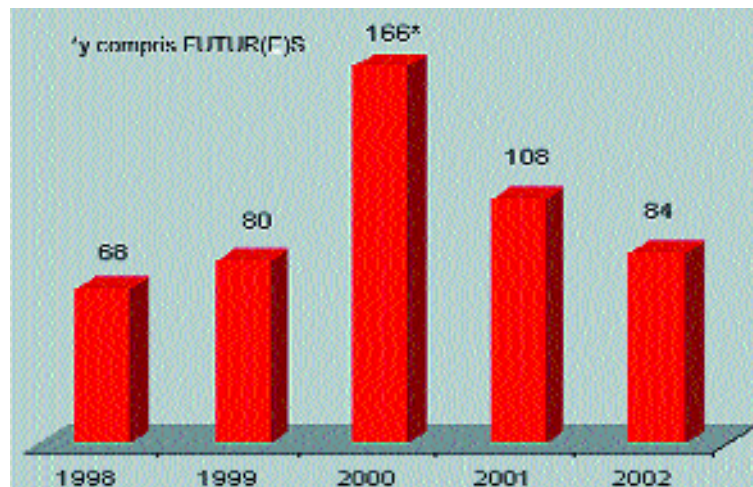
L'agefi en chiffres

CHIFFRE D'AFFAIRES AGEFI*



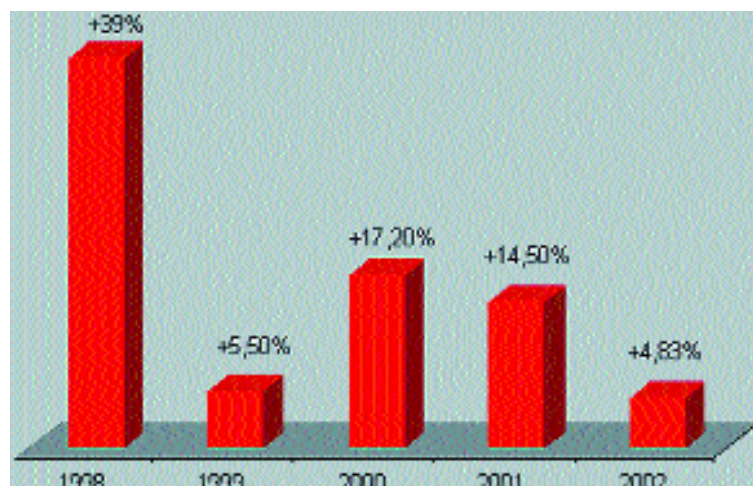
Dans un contexte difficile, le recul du chiffre d'affaires a été maîtrisé

COLLABORATEURS



La direction de l'Agefi a, dès le début de 2002, comprimé les coûts du groupe

RÉDACTION



Agefi Groupe a continué d'investir dans la rédaction de ses publications

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Bilans consolidés
Comptes de profits et pertes
Tableaux de flux de trésorerie consolidés
Mouvement des fonds propres consolidés
Annexe
Rapport de l'organe de révision

Comptes annuels

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 28 Bilans consolidés aux 31 décembre 2002 et 2001

en francs suisses	Notes	31.12.2002	31.12.2001
Actifs			
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Immobilisations corporelles nettes	3	1 247 977	1 170 331
Immobilisation incorporelle nette	4	100 000	150 000
Participations non consolidées	5	48 500	28 500
Autres actifs financiers		12 203	20 203
Total des actifs immobilisés		1 408 680	1 369 034
ACTIFS CIRCULANTS			
Débiteurs (net d'une provision de CHF 247 000; 2001:CHF 185 709)		2 343 266	2 796 171
Avances société affiliée		–	65 721
Actifs transitoires		303 906	159 345
Titres		20 000	20 000
Disponibilités		5 542 367	7 206 041
Total des actifs circulants		8 209 539	10 247 278
		9 618 219	11 616 312
Passifs			
FONDS PROPRES			
Capital-actions	6	4 141 050	4 141 050
Réserve générale		290 500	136 000
Actions propres	6.2	(413 021)	(196 790)
Bénéfice au bilan		1 918 984	2 852 228
Total des fonds propres		5 937 513	6 932 488
FONDS ÉTRANGERS À LONG TERME			
Impôts différés	7	60 774	40 410
Total des fonds étrangers à long terme		60 774	40 410
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Fournisseurs		997 541	743 284
Abonnements payés d'avance		1 633 412	1 564 211
Provision pour impôts	7	533 472	1 168 434
Passifs transitoires		455 507	1 167 485
Total des fonds étrangers à court terme		3 619 932	4 643 414
		9 618 219	11 616 312

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Comptes de profits et pertes consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 2002 et 2001

en francs suisses	Notes	2002	2001
CHIFFRE D'AFFAIRES			
Abonnements et kiosques		3 469 773	4 178 730
Publicité		13 007 797	15 473 491
Produits divers		1 627 177	1 273 739
Chiffre d'affaires brut		18 104 747	20 925 960
Commissions sur ventes en kiosque		(287 213)	(328 459)
Commissions sur publicité		(3 507 066)	(4 536 653)
Chiffre d'affaires net	10	14 310 468	16 060 848
CHARGES D'EXPLOITATION			
Coûts de production		(4 364 986)	(4 639 353)
Salaires et charges sociales	11	(5 845 069)	(5 460 310)
Amortissements		(589 687)	(381 535)
Autres charges d'exploitation		(3 366 785)	(2 557 103)
Total des charges d'exploitation		(14 166 527)	(13 038 301)
Bénéfice d'exploitation des activités continues		143 941	3 022 547
RÉSULTATS FINANCIERS NETS			
Perte sur société mise en équivalence	12	7 781	121 118
Bénéfice avant impôts des activités continues		151 722	2 968 308
Perte nette des activités abandonnées	14	(673 000)	(2 869 587)
(Perte)/Bénéfice avant impôts de l'ensemble des activités		(521 278)	98 721
Impôts	7	(257 466)	(57 252)
(PERTE)/BÉNÉFICE DE L'EXERCICE		(778 744)	41 469
BÉNÉFICE AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE		2 852 228	2 867 759
Attribution à la réserve générale		(154 500)	(57 000)
BÉNÉFICE AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE		1 918 984	2 852 228
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 – excepté pour le nombre d'actions		2002	2001
(Perte)/Bénéfice de l'exercice		(778 744)	41 469
(Perte)/Bénéfice net de base par action		(0,947)	0,050
(Perte)/Bénéfice net dilué par action		(0,947)	0,046
Nombre moyen d'actions en circulation		822 207	818 191
Nombre moyen d'actions en circulation et à émettre (options)		911 997	907 981

Le résultat net dilué par action est calculé en tenant compte des actions à émettre par l'exercice d'options en circulation, soit 89 790 aux 31 décembre 2002 et 2001.

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 30

Tableaux de flux de trésorerie consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 2002 et 2001

en francs suisses	2002	2001
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice avant impôts des activités continues	151 722	2 968 308
Ajustements pour		
– Dotation aux amortissements	589 687	381 535
– Dotation à la provision pour débiteurs douteux	103 291	185 709
– Perte sur société mise en équivalence	–	175 357
– Différence de conversion	–	(69 220)
VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT		
Diminution des débiteurs	349 614	2 340 508
Diminution/(Augmentation) des avances aux société affiliées	65 721	(65 721)
Diminution des titres	–	44 100
(Augmentation)/Diminution des actifs transitoires	(144 561)	35 160
(Diminution)/Augmentation des fournisseurs	254 257	(619 968)
(Diminution)/Augmentation des abonnements payés d'avance	69 202	(514 403)
(Diminution)/Augmentation des passifs transitoires	(144 978)	436 695
Impôts sur les bénéfices payés	(872 065)	(260 923)
Ressources nettes provenant d'opérations d'exploitation – activités continues	421 890	5 037 137
Emplois nets – activités abandonnées	–	(4 405 115)
Ressources nettes provenant d'opérations d'exploitation – ensemble des activités	421 890	632 022
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Achat d'immobilisations corporelles	(617 333)	(937 400)
Augmentation de participations	(1 260 000)	(125 000)
Autres actifs financiers	8 000	–
Emplois nets d'investissement – activités continues	(1 869 333)	(1 062 400)
Diminution des investissements – activités abandonnées	–	522 109
Emplois nets d'investissement – ensemble des activités	(1 869 333)	(540 291)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Augmentation de capital	–	61 050
Achat/(Vente) d'actions propres – net	(216 231)	958 760
(Emploi)/Ressources nettes provenant d'opérations de financement	(216 231)	1 019 810
(DIMINUTION)/AUGMENTATION DES DISPONIBILITÉS	(1 663 674)	1 111 541
DISPONIBILITÉS AU DÉBUT DE L'EXERCICE	7 206 041	6 094 500
DISPONIBILITÉS À LA FIN DE L'EXERCICE	5 542 367	7 206 041
Intérêts payés	(191)	(15)
Intérêts reçus	39 438	147 056

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

31 •

Mouvement des fonds propres consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 2002, 2001 et 2000

en francs suisses	Nombre d'actions	Capital- actions	Réserve générale	Actions propres	Différence de conversion	Bénéfice au bilan	Total
Solde au 1 ^{er} janvier 2000	161 600	4 040 000	79 000	–	–	1 987 586	6 106 586
Augmentation de capital par l'exercice des droits d'option des collaborateurs	1 600	40 000	–	–	–	–	40 000
Achat d'actions propres, net	–	–	–	(1 155 550)	–	–	(1 155 550)
Différence de conversion	–	–	–	–	69 220	–	69 220
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	–	880 173	880 173
Solde au 1 ^{er} janvier 2001	163 200	4 080 000	79 000	(1 155 550)	69 220	2 867 759	5 940 429
Split des actions (5:1)	816 000	–	–	–	–	–	–
Augmentation de capital par l'exercice des droits d'option des collaborateurs	12 210	61 050	–	–	–	–	61 050
Dotation à la réserve générale	–	–	57 000	–	–	(57 000)	–
Vente d'actions propres, net	–	–	–	958 760	–	–	958 760
Différence de conversion	–	–	–	–	(69 220)	–	(69 220)
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	–	41 469	41 469
Solde au 1 ^{er} janvier 2002	828 210	4 141 050	136 000	(196 790)	–	2 852 228	6 932 488
Dotation à la réserve générale	–	–	154 500	–	–	(154 500)	–
Achat d'actions propres, net	–	–	–	(216 231)	–	–	(216 231)
Perte de l'exercice	–	–	–	–	–	(778 744)	(778 744)
Solde au 31 décembre 2002	828 210	4 141 050	290 500	(413 021)	–	1 918 984	5 937 513

La différence de conversion de CHF 69 220 représente la seule perte réalisée en 2001 qui n'ait pas été comptabilisée dans le compte de profits et pertes.

Les attributions à la réserve générale sont requises par la loi suisse. En outre, la loi suisse requiert la constitution d'une réserve pour actions propres équivalent à la valeur des actions détenues en fin d'exercice. Ces réserves ne sont pas distribuables.

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 32

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 au 17, rue de Genève à Lausanne (Suisse).

Les comptes annuels de l'exercice 2002 ont été approuvés par le conseil d'administration lors de sa séance du 22 avril 2003.

2. Principes comptables utilisés

Les comptes annuels consolidés du Groupe sont conformes aux normes comptables internationales (normes IFRS) adoptées par l'«International Accounting Standards Board» (IASB) et aux interprétations des normes IFRS adoptées par le «International Financial Reporting Interpretation Committee» (IFRIC) de l'IASB. Ils sont présentés en francs suisses et établis selon la convention du coût historique.

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 sociétés qu'elle contrôle. Un contrôle est présumé lorsque la société détient, directement ou indirectement, plus de 50% des droits de vote et/ou qu'elle a le pouvoir de diriger la politique financière et opérationnelle de l'entreprise afin de bénéficier de ses activités. Les participations pour lesquelles le pourcentage de participation est égal ou inférieur à 50% mais supérieur à 20% sont consolidées selon la méthode de la mise en équivalence. Les soldes et transactions intra-groupe ainsi que les résultats latents sont éliminés.

Au 31 décembre 2002, 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
Publications Financières LSISA	Genève	Edition	100
Futur(e)s Sàrl	Paris	–	100
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50*
Success & Career	Genève	Organisation de forums et publication	47*

*sociétés mises en équivalence

La société AgefiClass SA a été mise en liquidation durant l'exercice 2002. La société Futur(e)s Sàrl est en liquidation judiciaire.

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.

AGEFI GROUPE SA

Comptes 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 intra-groupe.

Le Groupe conclut des opérations de contre-affaires, notamment l'échange d'actions de promotions contre l'octroi d'espaces publicitaires dans ses différentes publications. Lorsque ces transactions sont dissemblables, les produits et les charges sont comptabilisés distinctement dans le compte de profits et pertes à la juste valeur des services rendus.

2.4 Immobilisations corporelles et incorporelles

Les actifs immobilisés figurent au bilan pour leur prix d'acquisition, déduction faite des amortissements cumulés et des pertes de valeur durables. La valeur de l'actif est comparée à la valeur actuelle des cash-flows futurs estimés pour cet actif, une éventuelle différence est comptabilisée en perte de valeur si elle est considérée comme durable. Le prix d'acquisition comprend le prix d'achat net ainsi que les frais directs d'acquisition.

L'amortissement est déterminé linéairement en tenant compte d'une durée d'utilisation estimée comme suit:

Mobilier et agencement	7 à 10 ans
Système internet	3 ans
Véhicules	4 ans
Equipement informatique	3 ans
Immobilisations incorporelles	3 à 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

Tous les actifs financiers, hormis les prêts et créances émis par le Groupe, sont classifiés comme actifs financiers disponibles à la vente. Les titres et les participations non consolidées pour lesquelles aucune valeur de marché n'est disponible sont évaluées au prix d'acquisition, déduction faite des corrections de valeur nécessaires.

Si le Groupe contrôle plus de 20% d'une participation, celle-ci est évaluée selon la méthode de la mise en équivalence. Certains actifs et passifs financiers tels que les débiteurs, les fournisseurs et les avances reçues et payées sont évaluées à leurs prix d'acquisition diminués, le cas échéant, des ajustements de valeur nécessaires.

2.7 Disponibilités

Les disponibilités 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. Le Groupe a un compte bancaire joint avec la régie publicitaire, Mediapresse Pub SA. Les disponibilités déposées sur ce compte ne sont pas librement disponibles (2002 : CHF 171 000; 2001: CHF 310 000).

2.8 Fonds de pension et indemnités de retraite

Le Groupe dispose d'un fonds de pension pour ses employés conformément aux dispositions en vigueur en Suisse. Ce fonds est administré par un organisme externe. Il est financé par des contributions de l'employeur et des employés fixées en pourcentage des salaires de ces derniers. Il réunit des caractéristiques propres d'un fonds dit de primauté de prestations et est détenu par une fondation collective qui détient les fonds de plusieurs employeurs. Il n'y a aucune

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 34

séparation des avoirs et des obligations dus d'un employeur à l'autre. Par conséquent, il n'est pas possible de comptabiliser ce fonds comme un fond à primauté de prestations. 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 concernés. Les principales différences temporaires proviennent des provisions fiscalement admissibles sur débiteurs, ainsi que des pertes fiscales reportables. Un impôt différé actif résultant de pertes fiscales reportables est comptabilisé s'il est probable que des bénéfices imposables futurs seront réalisés sur lesquels ces pertes fiscales et crédits d'impôts non utilisés pourront être imputés; dans le cas inverse, cet actif n'est pas reconnu. La provision pour impôts, essentiellement l'impôt anticipé, qui résulte d'une distribution de dividendes, principalement par les filiales, est comptabilisée 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 Options en faveur des collaborateurs et des membres du conseil d'administration

Les options accordées aux collaborateurs et aux membres du conseil d'administration ne sont pas comptabilisées dans les états financiers consolidés et n'ont pas d'effet sur le résultat.

2.13 Etablissement des états financiers

Pour l'établissement des états financiers, la direction du groupe est amenée à faire des estimations et des hypothèses pouvant avoir des incidences sur les actifs et les passifs, sur la publication des engagements conditionnels à la date du bilan, ainsi que sur les produits et charges de l'exercice. Les résultats effectifs peuvent différer de ces estimations.

3. Immobilisations corporelles nettes

équipement en francs suisses	mobilier et informatique	agencement	autres	total
VALEUR D'ACQUISITION				
Solde au 1 ^{er} janvier 2002	2 064 239	1 530 949	152 283	3 747 471
Acquisitions durant l'exercice	350 830	153 643	112 860	617 333
Solde au 31 décembre 2002	2 415 069	1 684 592	265 143	4 364 804
AMORTISSEMENTS CUMULÉS				
Solde au 1 ^{er} janvier 2002	1 696 941	769 496	110 703	2 577 140
Charge d'amortissement pour l'exercice	284 094	161 160	94 433	539 687
Solde au 31 décembre 2002	1 981 035	930 656	205 136	3 116 827
Valeur comptable nette au 31 décembre 2002	434 034	753 936	60 007	1 247 977

La valeur incendie des actifs immobilisés s'élève à CHF 1 000 000 au 31 décembre 2002 (2001: CHF 1 180 000).

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

4. Immobilisation incorporelle nette

en francs suisses

VALEUR D'ACQUISITION	Goodwill
Solde au 1 ^{er} janvier 2002	250 000
Solde au 31 décembre 2002	250 000

AMORTISSEMENTS CUMULÉS

Solde au 1 ^{er} janvier 2002	100 000
Charge d'amortissement pour l'exercice	50 000
Solde au 31 décembre 2002	150 000
Valeur comptable nette au 31 décembre 2002	100 000

L'immobilisation incorporelle représente la valeur nette de l'investissement dans la publication «Swiss Financial Year Book».

5. Participations non consolidées

Les participations non consolidées au 31 décembre 2002 se détaillent comme suit:

Nom	Lieu	Activité	%	2002 (CHF)	%	2001 (CHF)
Investissima	Lausanne	Organisation de forums	17	8 500	17	8 500
Academy & Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	40 000	20	20 000
				48 500		28 500

6. Capital-actions

Au 31 décembre 2002, le capital-actions de CHF 4 141 050 se compose de 828 210 actions nominatives de CHF 5 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 cinq ans. Au cours de chacun des exercices 1999 et 2000, 1 600 options ont été exercées au prix de CHF 25. Au cours de l'exercice 2001, 8 842 options ont été distribuées (842 exercées au prix de CHF 25, et 8 000 exercées au prix de CHF 5). Au 31 décembre 2001, suite au split des actions (cinq nouvelles pour une ancienne), le nombre d'options restantes pouvant être distribuées aux collaborateurs s'élevait à 11 790 exerçables au prix de CHF 5 chacune. Aucune distribution d'option n'a eu lieu durant l'exercice 2002.

Lors de la constitution, avec Class Editori Spa, Milan, de la filiale commune Agefi Class SA (joint venture), Agefi Groupe SA a créé, le 12 avril 2000, 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 est de CHF 475 chacune, dont à déduire le quart du bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements de la société AgefiClass SA, Lausanne. Les options peuvent être exercées à partir de l'année comptable 2000, jusqu'à l'exercice 2006 d'AgefiClass SA. Suite au split des actions (cinq nouvelles actions pour une ancienne), le nombre d'options conférées à Class Editori Spa s'élève à 78 000, au prix de CHF 95 chacune.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 36

Au 31 décembre 2002, le capital conditionnel d'Agefi Groupe SA se détaille comme suit:

Date	Quantité	Valeur nominale en CHF
Emission du 25 juin 1999	40 000	200 000
Exercice au 31 décembre 1999	(8 000)	(40 000)
Emission du 12 avril 2000	78 000	390 000
Exercice au 31 décembre 2000	(8 000)	(40 000)
Exercice au 31 mars 2001	(4 210)*	(21 050)
Exercice au 31 décembre 2001	(8 000)	(40 000)
Solde au 31 décembre 2002	89 790	448 950

* (842 options à CHF 25 ou 4 210 actions à CHF 5)

6.2. Transactions sur actions propres

Durant l'exercice 2002, la société a effectué, à travers l'une de ses filiales, les transactions suivantes sur ses propres actions:

	Achat		Vente	
	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF
Janvier	–	–	200	49,50
Février	878	49,80	900	49,60
Mars	2000	54,25	400	53,25
Avril	2059	52,90	1000	53,15
Mai	1340	51,55	–	–
Juin	200	52,00	–	–
Juillet	800	47,50	1991	53,15
Août	400	42,00	300	45,00
Septembre	1060	38,05	825	43,15
Octobre	1240	35,15	5	37,00
Novembre	450	34,95	–	–
Décembre	800	31,00	–	–

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.

Au 31 décembre 2002, le Groupe détenait 9 184 actions propres pour un montant total de CHF 413 021. Conformément aux normes IFRS, ces actions sont évaluées à leur coût d'acquisition au 31.12.2002 selon la méthode FIFO (First In First Out) et sont portées en diminution des fonds propres.

6.3. Actionnaires importants

Au 31 décembre 2002, les actionnaires suivants détenaient plus de 5% du capital d'Agefi Groupe SA:

	Nombre d'actions	%
Alain Fabarez	320 000	38,64
Kairos Fund Limited	114 494	13,82

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

37 •

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 23,4%.

Les mouvements des provisions pour impôts courants et différés se détaillent comme suit:

En francs suisses	Impôts courants	Impôts différés	Total
Solde au 1.1.01	1 335 294	77 221	1 412 515
Paiements en 2001 (y compris impôts sur le capital)	(314 879)	–	(314 879)
Impôts sur le capital	53 956	–	53 956
Impôts sur le bénéfice	94 063	(36 811)	57 252
Solde au 31.12.01	1 168 434	40 410	1 208 844
Paiements en 2002 (y compris impôts sur le capital)	(896 730)	–	(896 730)
Impôts sur le capital	24 666	–	24 666
Impôts sur le bénéfice	237 102	20 364	257 466
Solde au 31.12.02	533 472	60 774	594 246

La charge d'impôt attribuable au bénéfice des activités continues est de CHF 126 707 (2001: CHF 728 735). La charge d'impôt liée à l'activité abandonnée s'élève à CHF 130 759 (2001: crédit de CHF 671 483).

Au 31 décembre 2002, la provision pour impôts différés représente la charge d'impôts calculée sur une provision pour débiteurs douteux admise fiscalement et extournée lors de la consolidation. La différence entre le taux d'imposition sur le profit du Groupe et le taux théorique en Suisse, dans le canton concerné se détaille comme suit :

En francs suisses	2002	2001
Charge fiscale selon taux théorique (23,4%)	(121 979)	23 100
Provision sur perte fiscale reportable	389 872	54 537
Reprise de provision sur perte fiscale	(10 427)	–
Autres	–	(20 385)
Charge fiscale effective	257 466	57 252

Le Groupe a des pertes fiscales reportables s'élevant à CHF 811 869 (2001: CHF 1 309 941). Les économies d'impôts qui résulteraient de l'utilisation de ces pertes reportables s'élèvent à CHF 293 644. L'impôt différé actif y relatif n'a pas été reconnu car la réalisation des économies d'impôts afférentes est aléatoire. Ces reports de pertes fiscales seront échues entre 2004 et 2009.

8. Emprunts bancaires

Le Groupe dispose de lignes de crédit pour un total de CHF 850 000. Au 31 décembre 2002, ces lignes n'étaient pas utilisées.

9. Instruments financiers

9.1 Estimation des justes valeurs

Les instruments financiers du Groupe qui ne sont pas évalués aux justes valeurs comprennent les disponibilités, les titres, les débiteurs, les participations non consolidées, les autres actifs financiers et les fournisseurs. La valeur au bilan des disponibilités est proche de la juste valeur en raison de l'échéance à court terme de ces instruments financiers. De même, la valeur historique des débiteurs et des fournisseurs est proche de la juste valeur en raison des conditions

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 38

usuelles de crédits appliqués. Les titres et les participations non consolidées sont évaluées au prix d'acquisition en l'absence de marché liquide. Si le Groupe contrôle plus de 20% d'une participation, celle-ci est évaluée selon la méthode de la mise en équivalence.

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 de crédit comprennent les disponibilités, les débiteurs, les autres actifs circulants, les participations non consolidées, les titres mis en équivalence et les autres actifs financiers. Le risque de crédit maximum auquel le groupe est confronté correspond par conséquent à la somme de tous ces postes, ce qui représentait un montant total de CHF 81 833 20 au 31 décembre 2002 (2001: CHF 10 295 981). Aucun risque de crédit significatif n'est concentré sur une seule contrepartie ou groupe de contrepartie. Le Groupe cherche à limiter le risque de crédit en plaçant les fonds à court terme auprès d'établissements bancaires de premier ordre et en transférant son risque de crédit sur une société d'affacturage.

9.3 Risque de taux d'intérêts

Le Groupe est financé au moyen de fonds propres. Les liquidités du groupe sont placées en dépôts à court terme rémunérés aux taux du marché.

10. Revenus nets

Le tableau suivant présente le détail des revenus pour les exercices 2002 et 2001:

en francs suisses	31.12.2002	31.12.2001
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Kiosques	724 890	849 689
Abonnements	2 744 883	3 329 041
Commissions sur ventes en kiosque	(287 213)	(328 459)
	3 182 560	3 850 271
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Publicité	13 007 797	15 473 491
Commissions sur publicité	(3 507 066)	(4 536 653)
	9 500 731	10 936 838
Produits divers	1 627 177	1 273 739
Total des revenus nets des activités continues	14 310 468	16 060 848

Le montant des contre-affaires comptabilisé durant l'exercice 2002 s'élève à CHF 1 092 633 (2001: CHF 205 615).

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 2002 à CHF 236 191 (2001: CHF 259 412). Au 31 décembre 2002, le total des charges de personnel et des charges sociales s'élèvent à CHF 5 845 069 (2001: CHF 5 460 310) pour les activités continues. Le nombre d'employés du Groupe en 2002 et 2001 était le suivant:

	2002	2001
Collaborateurs directs	56	69
Collaborateurs indirects	28	39
	84	108

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Les options accordées aux membres du conseil d'administration, aux collaborateurs, et exercées au 31 décembre 2001 n'ont eu aucune influence sur le compte de résultat à l'exception des charges sociales y afférentes (voir note 6). Aucune option n'a été distribuée en 2002.

12. Résultats financiers nets

Les résultats financiers nets se décomposent comme suit :

en francs suisses	2002	2001
Intérêts créanciers	39 438	147 056
Intérêts débiteurs et frais bancaires	(7 928)	(7 923)
Autres résultats financiers	(23 729)	(18 015)
	7 781	121 118

13. Engagements hors bilan

Au 31 décembre 2002, les engagements de loyer du Groupe s'élèvent jusqu'en 2006 à CHF 1 315 111 (2001: CHF 1 707 033), dont CHF 457 788 jusqu'au 31 décembre 2003.

14. Résultat sur activités abandonnées

Futur(e) Sàrl, Paris

En juin 2001, compte tenu des résultats insatisfaisants liés à la publication du magazine Futur(e)s, le Groupe a décidé de cesser cette activité. Futur(e)s Sàrl, Paris a été placée en liquidation judiciaire le 29 novembre 2001. Agefi Groupe SA avait alors fait l'objet d'une prétention secondaire (appel en garantie) de 0,4 million d'euros au titre des frais d'impression de Futur(e)s en France. Bien que contestant cette prétention, le conseil d'administration avait néanmoins décidé de créer une provision pour partie du montant réclamé et des frais juridiques. Au 31 décembre 2002, le conseil d'administration estime que, faute de fondement, ces prétentions n'ont pas été confirmées. En conséquence, la provision de CHF 567 000 a été dissoute.

Success & Carrer

Le Groupe a acquis durant l'exercice 2002 47% de la société Success & Career SA, Genève active dans l'organisation de forum d'étudiants et l'édition du guide «objectif Emploi» et pour lequel un montant de CHF 1 240 000 a été payé. Les résultats de la société n'ayant pas atteint les objectifs fixés lors de l'acquisition, le Groupe a décidé de cesser cette activité en décembre 2002. Agefi Groupe s'estime fondé à invalider la convention d'achat et réclame la restitution du prix payé par demande arbitrale. A la date du bilan, tous les actifs liés à cette activité ont été provisionnés.

Le résultat sur activités abandonnées se détaille comme suit:

	2002	2001
Chiffre d'affaires net, Futur(e)s	–	2 106 720
Charges d'exploitation, Futur(e)s	–	(5 374 021)
Part à charge de tiers, Futur(e)s	–	397 714
Extourne provision pour risque	567 000	–
Perte de valeur sur investissement - Success & Carrer	(1 240 000)	–
Résultat net, activités abandonnées	(673 000)	(2 869 587)

La charge d'impôt liée aux activités abandonnées s'élève à CHF 130 759 (2001: crédit de CHF 671 483).

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

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

En notre qualité d'organe de révision des comptes consolidés, nous avons vérifié les comptes consolidés (bilan, compte de profits et pertes, tableau de flux de trésorerie et annexe – pages 28 à 39) d'Agefi Groupe SA ainsi que des sociétés affiliées («le Groupe») pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2002. Les indications de l'exercice précédent mentionnées dans les comptes annuels ont été vérifiées par un autre organe de révision.

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 2002 en conformité avec les «International Financial Reporting Standards» (IFRS) adoptés par l'«International Accounting Standard Board» (IASB) et sont conformes à la loi suisse.

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

ERNST & YOUNG SA

Mike Sills

Nathalie Coluccio



Lausanne, le 29 avril 2003

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

41 •

Bilan au 31 décembre 2002

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

Actifs

en francs suisses	Notes	31.12.2002	31.12.2001
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Participations	2	1 830 675	1 880 675
Immobilisations incorporelles		100 000	150 000
Total des actifs immobilisés		1 930 675	2 030 675
ACTIFS CIRCULANTS			
Débiteurs		1 599	20 697
Créance société affiliée		900 000	519 581
Dividende à recevoir		2 000 000	400 000
Actifs transitoires		12 160	53 268
Titres		20 000	20 000
Disponibilités		120 619	1 479 652
Total des actifs circulants		3 054 378	2 493 198
		4 985 053	4 523 873
	
Passifs			
FONDS PROPRES			
Capital-actions	3	4 141 050	4 141 050
Réserve générale	3	51 000	48 500
Réserve pour actions propres	3	413 021	-
Bénéfice au bilan	3	269 155	210 450
Total des fonds propres		4 874 226	4 400 000
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Fournisseurs		38 850	64 438
Passifs transitoires		51 492	38 962
Provision pour impôts		20 485	20 473
Total des fonds étrangers à court terme		110 827	123 873
		4 985 053	4 523 873
	

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 42

Compte de profits et pertes pour l'exercice clos au 31 décembre 2002

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

en francs suisses	2002	2001
PRODUITS		
Chiffre d'affaires net	162 688	297 658
Dividende	2 000 000	400 000
Produits financiers	2 783	34 654
Total des produits	2 165 471	732 312
CHARGES		
Frais généraux	(294 275)	(356 609)
Charges financières	(1 112)	(785)
Amortissements	(50 000)	(50 000)
Provision sur participation	(1 310 000)	(250 000)
Pertes sur débiteurs	(23 408)	-
Impôts	(12 450)	(28 886)
Total des charges	(1 691 245)	(686 280)
Bénéfice de l'exercice	474 226	46 032
BÉNÉFICE/(PERTE) AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE	210 450	174 418
Attribution à la réserve générale	(2 500)	(10 000)
Dotation à la réserve pour actions propres	(413 021)	-
BÉNÉFICE AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE	269 155	210 450

(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 2002 s'élevant à CHF 269 155 de la manière suivante:

	CHF
Attribution à la réserve générale	24 000
Report à nouveau	245 155
BÉNÉFICE AU BILAN	269 155

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

Annexe relative aux comptes annuels au 31 décembre 2002

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	%	2002 (CHF)	%	2001 (CHF)
Agefi Société						
de l'agence économique						
et financière SA	Lausanne	Edition	100	1 560 675	100	1 560 675
Agefi.com SA	Genève	Informations financières via internet	100	130 000	100	200 000
Publications						
Financières LSISA	Genève	Edition	100	100 000	100	100 000
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50	0	50	0
Success & Career SA	Genève	Organisation de forum et édition	47	0	–	–
Academy & Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	40 000	20	20 000
				1 830 675		1 880 675

La société AgefiClass SA a été mise en liquidation durant l'exercice 2002.

3. Capital-actions et bénéfice au bilan

Le 26 avril 2001, Agefi Groupe SA a procédé à un split de ses actions (cinq nouvelles actions contre une ancienne) en réduisant la valeur nominale de CHF 25 à CHF 5.

Le capital-actions de CHF 4 141 050 se compose de 828 210 actions nominatives d'une valeur nominale de CHF 5.

Les mouvements intervenus durant l'exercice sont les suivants:

en francs suisses	Capital-actions	Réserve générale	Réserve pour actions propres	Bénéfice au bilan	Total
Solde au 1 ^{er} janvier 2002	4 141 050	48 500	–	210 450	4 400 000
Dotation à la réserve générale	–	2 500	–	(2 500)	–
Dotation à la réserve générale pour actions propres	–	–	413 021	(413 021)	–
Bénéfice net de l'exercice	–	–		474 226	474 226
Solde au 31 décembre 2002	4 141 050	51 000	413 021	269 155	4 874 226

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 44 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 cinq ans. Au cours de chacun des exercices 1999 et 2000, 1 600 options ont été exercées au prix de CHF 25. Au cours de l'exercice 2001, 8 842 options ont été distribuées (842 exercées au prix de CHF 25, et 8 000 exercées au prix de CHF 5). Au 31 décembre 2001, suite au split des actions (cinq nouvelles pour une ancienne), le nombre d'options restantes pouvant être distribuées aux collaborateurs s'élevait à 11 790 exerçables au prix de CHF 5 chacune. Aucune distribution d'option n'a eu lieu durant l'exercice 2002.

Lors de la constitution, avec Class Editori Spa, Milan, de la filiale commune Agefi Class SA (joint venture), Agefi Groupe SA a créé, le 12 avril 2000, 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 est de CHF 475 chacune, dont à déduire le quart du bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements de la société AgefiClass SA, Lausanne. Les options peuvent être exercées à partir de l'année comptable 2000, jusqu'à l'exercice 2006 d'AgefiClass SA. Suite au split des actions (cinq nouvelles actions pour une ancienne), le nombre d'options conférées à Class Editori Spa s'élève à 78 000, au prix de CHF 95 chacune.

Au 31 décembre 2002, le capital conditionnel d'Agefi Groupe SA se détaillait comme suit:

<u>Date</u>	<u>Quantité</u>	<u>Valeur nominale en CHF</u>
Emission du 25 juin 1999	40 000	200 000
Exercice au 31 décembre 1999	(8 000)	(40 000)
Emission du 12 avril 2000	78 000	390 000
Exercice au 31 décembre 2000	(8 000)	(40 000)
Exercice au 31 mars 2001	(4 210)*	(21 050)
<u>Exercice au 31 décembre 2001</u>	<u>(8 000)</u>	<u>(40 000)</u>
Solde au 31 décembre 2002	89 790	448 950

* (842 options à CHF 25 ou 4 210 actions à CHF 5).

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

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

45 •

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 41 à 44) d'Agefi Groupe SA pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2002. Les indications de l'exercice précédent mentionnées dans les comptes annuels ont été vérifiées par un autre organe de révision.

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.

ERNST & YOUNG SA

Mike Sills

(Responsable du mandat)

Nathalie Coluccio



Lausanne, le 29 avril 2003

Les produits

• 46

Notre groupe est actif dans l'édition et dans la presse, média jugé le plus crédible par les décideurs, afin d'offrir une palette complète de produits de qualité à des décideurs économiques romands exigeants, qualifiés et intelligents.

L'agefi s'adresse à des lecteurs déjà sollicités par de nombreux médias. La télévision, le multimédia, les autres titres de presse écrite, la radio créent un univers de communication dans lequel *l'agefi*, comme les autres, se trouve plongé.

Toutefois, au travers de son originalité, son avant-gardisme en matière de sujets traités, ses exclusivités rédactionnelles, la pertinence du traitement de l'information par ses journalistes et son contenu axé autour des thèmes de l'économie et de la finance, *l'agefi* est parvenu à conforter sa place de journal romand numéro un dans le milieu financier en Suisse (numéro trois sur le plan national, derrière la *NZZ* et *Finanz und Wirtschaft*, selon l'étude réalisée par l'institut Media.Research.Group, en mars dernier, auprès des responsables financiers suisses).

RAPIDE PORTRAIT DE NOS DIFFÉRENTES ÉDITIONS:

L'AGEFI, LE QUOTIDIEN

ÉCONOMIQUE ROMAND

Notre quotidien, avec son tirage de 10000 exemplaires, du lundi au vendredi, s'est imposé auprès des décideurs économiques comme le journal économique de référence en Suisse romande.

Avec ses 21000 lectrices et lecteurs selon l'étude Mach Basic 2002, dont près de 29% de femmes (en forte progression par rapport à l'étude précédente), le quotidien comprend 43% de lecteurs de moins de 40 ans (et 60% de lecteurs de moins de 50 ans – soit un âge moyen très en deçà des moyennes habituelles pour un quotidien économique).

Le lectorat de *l'agefi* est très concerné par les thèmes de l'économie, de la bourse et de la finance pour des raisons professionnelles ou privées, mais, dans le même temps, notre lecteur est un citoyen, captivé aussi par la politique locale ou internationale en plus d'être très impliqué dans sa vie familiale en se souciant de sa vie de couple, de sa famille et de l'éducation de ses enfants.

Il est aussi très avant-gardiste en s'intéressant beaucoup à la recherche, la technique, la santé et la médecine en général.

Enfin, il est aussi hédoniste en n'oubliant pas de se préoccuper de ses vacances et de ses voyages.

Dans la dernière étude Mach Leader 2003, après une parution seulement, *l'agefi* atteint près de 13% de l'ensemble des leaders de Suisse romande (le cercle le plus large de lecteurs du quotidien représentant 55% de l'ensemble des leaders de Suisse ro-

mande – en augmentation de 3% par rapport à la dernière étude). Les leaders et dirigeants économiques lisant *le quotidien l'agefi* sont optimistes quant à l'avenir économique car plus du tiers du lectorat pense que la situation économique va s'améliorer dans les prochains mois (c'est le taux de réponses positives le plus élevé pour un titre économique en Suisse romande).

L'AGEFI, LES CAHIERS MENSUELS THÉMATIQUES

Une fois par mois, *l'agefi* crée un cahier thématique distribué auprès de décideurs économiques romands avec un tirage de 58 000 exemplaires (cahier thématique distribué avec le quotidien – auprès des abonnés et en vente au numéro – et à travers le fichier décideurs).

CLASSE EVASION,
LE MAGAZINE ROMAND DU LUXE
Le magazine *Classe Evasion* paraît huit fois en 2003 en traitant de la thématique du luxe autour des nouveautés, des people, des tendances, de la mode, du bien-être et des loisirs. La diffusion du magazine est de 58 000 exemplaires (distribué avec le quotidien *l'agefi* – aux abonnés et en kiosques – ventes séparées en kiosques et par abonnements, à travers le fichier des clientes et clients du Bon Génie ainsi que dans des lieux sélectionnés).

LES MAGAZINES, LE BON COMPLÉMENT AU QUOTIDIEN

Les magazines et guides, édités chaque année par le groupe de pres-

se l'Agefi, traitent de thématiques économiques et financières. Ces produits permettent de mettre au profit des lecteurs et annonceurs les centres de compétence du groupe sur les fonds de placement, sur les PME, sur la bourse en général, sur la haute finance et sur la journée des banquiers dans un environnement magazine permettant d'être complet sur le plan rédactionnel et attractif pour l'annonceur. Ces magazines sont distribués avec *l'agefi* et vendus en kiosques.

SWISS FINANCIAL YEAR BOOK,
LE GUIDE DES BANQUES ET
INSTITUTS FINANCIERS EN SUISSE
Chaque année, le groupe de presse l'Agefi publie le guide de référence pour la place bancaire suisse sous forme papier et de CD-Rom comportant l'ensemble des données utiles pour les spécialistes intéressés par le marché financier suisse.

WWW.AGEFI.COM,
LE SITE ÉCONOMIQUE
ROMAND DE RÉFÉRENCE
Les internautes sont différents des lecteurs de nos autres produits, plus jeunes, plus diversifiés, en provenance de l'ensemble de la Suisse, ils utilisent notre site internet en privilégiant l'accès aux archives de *l'agefi* et aux outils spécifiques et exclusifs pour la finance personnelle et professionnelle que nous avons développés.

Avec plus de 800 000 pagesviews mensuelles, le site de *l'agefi* est devenu le site économique romand de référence depuis son lancement dans sa forme actuelle. ●

NOUS CONTACTER

Agefi Groupe SA
Rue de Genève 17
Case postale 2113
1002 Lausanne
Tél. +41 21 331 41 41
Fax +41 21 331 41 10
www.agefi.com

ABONNEMENT

Pour contacter le service d'abonnement, envoyez-nous un e-mail à l'adresse suivante:
abonnement@agefi.com

FINANCE

Pour contacter le CFO, envoyez-nous un e-mail à l'adresse suivante:
g.gard@agefi.com

ANNONCEURS

Si vous êtes annonceurs et souhaitez faire de la publicité dans nos publications papier ou internet, envoyez-nous un e-mail à l'adresse suivante:
info@mediapresse.ch

NEWSLETTER

Si vous souhaitez vous abonner gracieusement à notre Newsletter en ligne, envoyez-nous un e-mail à l'adresse suivante:
newsletter.info@agefi.com