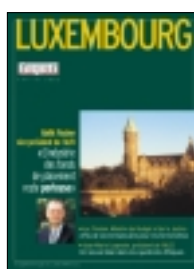


l'agefi



Sommaire

2	Présentation du Groupe
3	Les organes du Groupe Agefi
4	Le billet du président, Charles Poncet
6	L'Agefi en 2001, Alain Fabarez
8	Organigramme de l'Agefi
10	Rapport du conseil d'administration
12	Les choix de la rédaction
14	Le marketing
15	Les services électroniques
16	L'Agefi, sa publicité
18	L'analyse du marché
21	Comptes annuels consolidés 2001 d'Agefi Groupe SA
35	Comptes annuels

• 2



l'agefi

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

Une équipe forte

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

Une structure financière saine

Dans un environnement plus difficile, marqué par la crise du 11 septembre, le groupe de presse Agefi a su tirer son épingle du jeu en gardant une structure financière saine qui lui permet d'envisager l'avenir avec sérénité.

Une organisation moderne

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

Des conseils éclairés

Le Groupe Agefi bénéficie d'organes de décision et de surveillance de première force et d'un conseil d'administration où siègent des personnalités de premier plan.

Un positionnement clair

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

Un groupe indépendant

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

Les organes de l'Agefi

AGEFI GROUPE SA, LAUSANNE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	<i>Président</i>
ROBERT PENNONE	<i>Vice-président</i>
ALAIN FABAREZ	<i>Administrateur délégué</i>
GEORGES BLUM	<i>Administrateur</i>
CLAUDE HAEGI	<i>Administrateur</i>
Réviseur des comptes: Arthur Andersen Suisse	



CHARLES PONCET

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	<i>Président</i>
ALAIN FABAREZ	<i>Administrateur délégué</i>
GEORGES BLUM	<i>Administrateur</i>
CLAUDE HAEGI	<i>Administrateur</i>
ROBERT PENNONE	<i>Administrateur</i>
Réviseur des comptes: Arthur Andersen Suisse	



ALAIN FABAREZ

AGEFI.COM SA, GENÈVE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	<i>Président</i>
ROBERT PENNONE	<i>Vice-président</i>
ALAIN FABAREZ	<i>Administrateur délégué</i>
GEORGES BLUM	<i>Administrateur</i>
CLAUDE HAEGI	<i>Administrateur</i>
Réviseur des comptes: Arthur Andersen Suisse	



GEORGES BLUM

PUBLICATIONS FINANCIÈRES LSI SA, GENÈVE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	<i>Président</i>
ROBERT PENNONE	<i>Vice-président</i>
ALAIN FABAREZ	<i>Administrateur délégué</i>
GEORGES BLUM	<i>Administrateur</i>
CLAUDE HAEGI	<i>Administrateur</i>
Réviseur des comptes: Arthur Andersen Suisse	



CLAUDE HAEGI

AGEFICLASS SA, LAUSANNE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CHARLES PONCET	<i>Président</i>
ROBERT PENNONE	<i>Administrateur</i>
PIERRE PENNONE	<i>Administrateur</i>
PIERO CANTARELLI	<i>Administrateur</i>
PAOLO PANERAI	<i>Administrateur</i>
PAOLO DEL BUE	<i>Administrateur</i>
ALAIN FABAREZ	<i>Secrétaire du conseil</i>
Réviseur des comptes: Arthur Andersen Suisse	



ROBERT PENNONE

Une année riche en enseignements

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

• 4



CHARLES PONCET
Président du conseil
d'administration.

L'année dernière à la même époque, j'attirais l'attention de nos actionnaires sur quelques nuages qui se profilaient à l'horizon et dont nous ne savions pas encore s'ils allaient présager d'un simple orage ou annoncer une longue période de mauvais temps. Ce fut un grain, finalement, le navire Agefi ayant la chance de disposer à la fois d'un équipement moderne qui lui permet de bien interpréter des données météorologiques parfois ambiguës, ainsi que d'un équipage de loups (et de louves...) de mer, solides face aux embruns, rompus à toutes les exigences de la navigation hauturière et d'une fidélité à toute épreuve à l'égard de leur capitaine. Mais trêve de comparaisons maritimes. Ce n'est pas de gaieté de cœur que le conseil d'Agefi Groupe s'est résolu au printemps dernier à interrompre la publication de *FUTUR(E)S*, magazine de qualité auquel il tenait beaucoup, et à passer l'intégralité de son investissement en pertes et profits dans l'exercice en cours. Nous avons retenu que le tassement conjoncturel qui s'annonçait commandait une décision immédiate et la suite de l'année nous a donné raison. Nos actionnaires l'ont d'ailleurs bien compris et ils l'ont aussi manifesté par leur «vote» quotidien, en conservant à *l'agefi* une capitalisation boursière qui, en comparant ce qui

est comparable, demeure sans égal dans la presse suisse. La décision prise s'est ainsi avérée en tous points conforme aux intérêts de la société et à ceux de ses actionnaires.

L'agefi a continué en 2001 sa progression dans un paysage médiatique qui se caractérise pourtant par une instabilité croissante, elle-même liée à la conjoncture et aux difficultés économiques que l'on sait. La qualité du quotidien et celle des magazines est unanimement reconnue par leurs lecteurs, leurs annonceurs et même leurs concurrents, qui n'hésitent pas à l'occasion à démontrer que l'imitation est l'hommage suprême rendu à la qualité du travail d'autrui... Cette année sera celle de la nouvelle formule du quotidien, sur laquelle toute notre équipe a travaillé d'arrache-pied et dont nous attendons qu'elle réponde encore mieux aux attentes de nos lecteurs, par une présentation agréable, un contenu vif et diversifié, n'excluant nullement les scoops dans les sujets qui nous intéressent, ainsi que la réaffirmation de notre ligne générale de liberté et de défense des intérêts de la place financière romande.

La place financière suisse – romande en particulier – est en effet un coureur cycliste sur le dos duquel de mauvais génies semblent s'acharner à déposer des kilos de plomb supplémentaires à chaque étape: l'érosion du secret bancaire, un tissu réglementaire de plus en plus tatillon et onéreux, des conditions cadres dont le moins qu'on puisse dire est qu'elles ne s'améliorent pas, des initiatives judiciaires intempestives sont autant

de facteurs rendant de plus en plus difficile l'ascension des côtes à venir. Certains voudraient-ils réduire à la portion congrue le premier employeur de ce pays qu'ils ne s'y prendraient pas autrement. Chaque période de prospérité – fût-elle conjoncturelle, boursière ou tout simplement temporaire – sert en effet de prétexte pour différer les allègements fiscaux indispensables, tout en introduisant de nouvelles contraintes administratives onéreuses, banalisées au motif que des bilans réjouissants permettront assurément l'absorption de menus frais supplémentaires.

Lorsque la conjoncture se retourne et que le patient commence à geindre sous le poids des fardeaux qui lui ont été imposés, l'Etat délègue quelques Diafoirus à son chevet, qui s'empressent de lui prescrire doctement force remèdes, dont il n'y a nulle guérison à espérer, mais qui pourraient tuer le malade si celui-ci ne disposait d'un organisme exceptionnellement robuste.

Le moment est venu de dire haut et fort – que cela soit politiquement correct ou non dans le consensus mou helvétique – que la place financière suisse n'a pas besoin d'autre chose que d'une abstention: qu'on arrête de lui imposer de nouvelles contraintes; qu'on cesse de la vilipender en toute occasion; qu'on ne se couche pas devant les exigences farfelues de concurrents parant leurs mauvais coups des plumes d'une morale qu'ils sont les premiers à fouler aux pieds; en un mot qu'on la laisse travailler et elle continuera de faire la prospérité de ce pays.

Dans ce débat où trop d'intervenants tiennent la richesse – relative d'ailleurs – que génère la place financière pour une sorte d'acquêt éternellement renouvelable, une vache aux pis généreux qui continuera de se laisser traire par des garçons de ferme qui la malmènent dès la porte de l'étable fermée, *l'agefi* continuera de dire des choses simples: la liberté d'entreprendre, la qualité de la formation et le secret bancaire ont fait du secteur financier suisse ce qu'il est. L'impossibilité d'entreprendre, un système scolaire usinant des illettrés à la chaîne et la guerre outrancière au secret bancaire produiront les effets exactement inverses. Il est vain de se bercer d'illusions à cet égard.

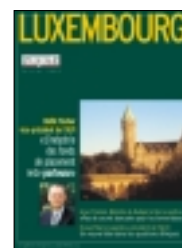
L'avenir de la place financière suisse sera la grande lutte des premières décennies de ce siècle. *L'agefi* a choisi son camp depuis longtemps et il continuera de le faire savoir. ●

CHARLES PONCET



Les magazines de *l'agefi*

Des analyses fortes et objectives pour comprendre le passé et tracer l'avenir.



Les guides étrangers

Connaître et analyser les places concurrentes de la Suisse.

2001 a permis à l'agefi de l'information économique

ALAIN FABAREZ, ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ

• 6



ALAIN FABAREZ

Administrateur délégué
et directeur général
des rédactions
d'Agefi Groupe.

2001 a été sans conteste une année difficile pour tout le monde. Pour Agefi Groupe aussi. Après le record de l'année 2000, tant aux niveaux de la publicité que du lectorat, nous avons subi – comme tous les groupes de presse, mais également comme la quasi-totalité des entreprises travaillant en Occident – le contrecoup du retournement conjoncturel amorcé dès la fin du premier semestre, et bien entendu, celui des suites de l'attentat suicidaire du 11 septembre contre les twins à New York. Ceci a pesé sur les recettes publicitaires, et dans une moindre mesure, sur la diffusion des publications de notre groupe.

Si, en chiffres globaux, nous avons subi une légère diminution de nos recettes (voir également notre analyse en page 10 du présent rapport), force est de constater qu'en comparaison du marché, nous sommes largement supérieurs au benchmark de notre profession. 2001 a en effet été une année noire pour la presse européenne en général et pour la presse suisse en particulier. Les tableaux de la page 17 du rapport de gestion soulignent combien l'année a été dure pour les journaux suisses. Si on analyse des médias comparables à ceux du Groupe Agefi, on s'aperçoit que leur recul est beaucoup plus fort et net que le nôtre. Des magazines comme *Cash* ou le bihebdomadaire *Finanz & Wirtschaft* ont vu leurs recettes publicitaires baisser de près de 50%, certains moins. Même l'emblématique *NZZ* n'a pas été épargnée avec une baisse de 12,5% sur l'année. Pour l'agefi, alors que les six premiers mois

avaient marqué un nouveau record dans l'histoire de notre journal, le recul n'a été que de 3% pour toute l'année.

C'est en période de crise – et c'est une vraie crise que nous venons de traverser – que s'assoient, se forment et se gagnent les positions de leader sur les marchés. Et c'est ce qui est survenu à l'agefi. Dans un marché publicitaire réduit à une peau de chagrin, notre groupe a conforté sa place de leader. Nous n'avons pour ainsi dire pas perdu un seul annonceur. Au contraire, nous en avons gagné de nouveaux, même si la taille et la périodicité des annonces se sont réduites. Lorsque les annonceurs, notamment de Suisse alémanique, ne devaient choisir plus qu'un seul média, c'est généralement l'agefi qui a été l'élu. La crise que nous venons de traverser a mis notre groupe en position de force dès lors que la conjoncture se sera durablement assainie. Ceci d'autant plus que l'agefi est aujourd'hui le quotidien romand le mieux perçu par l'ensemble des décideurs de la communication financière de Suisse. Ce n'est pas nous qui le disons, c'est une enquête de Media.Research. Group faite à la demande de la *HandelsZeitung* au mois de février 2002. Notre quotidien arrive nettement en tête de tous les quotidiens de Suisse romande. Sur les vingt-cinq titres auscultés, l'agefi arrive en sixième position derrière la *NZZ* et *Finanz & Wirtschaft* qui caracolent en tête, mais loin devant les autres quotidiens romands. C'est sur ces bases-là que nous allons construire l'avenir de notre groupe. L'agefi est

de renforcer sa place de leader et financière en Suisse romande

ET DIRECTEUR GÉNÉRAL DES RÉDACTIONS D'AGEFI GROUPE

aujourd'hui un quotidien connu et reconnu, non seulement en Suisse romande, mais tout autant en Suisse alémanique qui, rappelons-le, distribue 80% de la publicité pour toute la Suisse.

Après un début d'année favorable dans le domaine de la publicité, la deuxième quinzaine de février et le mois de mars ont été plus difficiles pour votre quotidien. Le mois d'avril s'annonçait sous de meilleurs auspices. Les chiffres d'affaires et les portefeilles sont certes en recul par rapport aux chiffres records des premiers mois de 2001, mais globalement supérieurs à ceux de 2000. Nous prévoyons une fin de premier semestre toujours difficile, mais les quatre à cinq derniers mois de l'année devraient être nettement plus favorables que ceux de 2001. Et 2003 devrait conforter la reprise publicitaire que nous attendons pour le second semestre.

Dans cette conjoncture difficile, nous avons – afin de conforter le présent et de préparer l'avenir – continué les investissements amorcés ces dernières années. La rédaction a été, en activités continues, à nouveau renforcée, son indépendance étayée par la nomination, notamment, d'Emmanuel Garessus en tant que directeur de la rédaction et par celle de Pierre Veya en tant que rédacteur en chef, deux personnalités unanimement reconnues dans le monde de la presse financière. Avec l'arrivée de Jean-Marc Bongni au sein de l'Agefi, en tant que directeur des services électroniques du groupe (voir également en page 15), nous avons préparé en 2001 la mise à niveau du parc

informatique, le passage au tout-numérique et surtout la mise en place d'une nouvelle plateforme internet intégrant la totalité du quotidien en ligne, avec deux ans d'archives et des services de gestion patrimoniaux de première qualité.

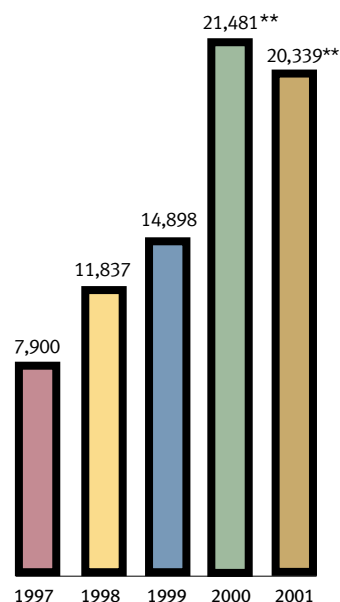
Nous avons reculé le lancement de la nouvelle maquette avec une iconographie et une présentation révolutionnaires par rapport au marché. Le nouvel *agefi* que nous vous présenterons au mois de septembre marquera une étape décisive dans l'histoire du journal. Nous sommes en effet certains que les mois que nous venons de passer ont renforcé le positionnement du journal, sa force et son équilibre. Le nouveau pool de management que nous avons mis en place l'année dernière, avec quatre secteurs indépendants, la rédaction dirigée par Emmanuel Garessus et Pierre Veya, les services électroniques par Jean-Marc Bongni, le marketing et la communication par Christine Visinand, enfin la comptabilité et les services avec les investisseurs par Rolande Voisard et Georges Gard, est maintenant en activité.

Agefi Groupe cherche en outre à prendre des participations dans des secteurs près de son core business. Après celles prises dans Investissima, Academy & Finance et Election.com, nous venons de prendre 47% de Success & Career avec une option sur le reste du capital. Autant de participations qui devraient permettre d'augmenter la notoriété de l'Agefi et d'affirmer son rôle de leader en Suisse romande. ●

ALAIN FABAREZ

CHIFFRE D'AFFAIRES*

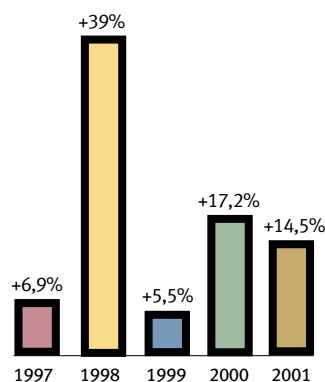
7 •



Le chiffre d'affaires qui avait presque doublé en deux ans a bien résisté en 2001.

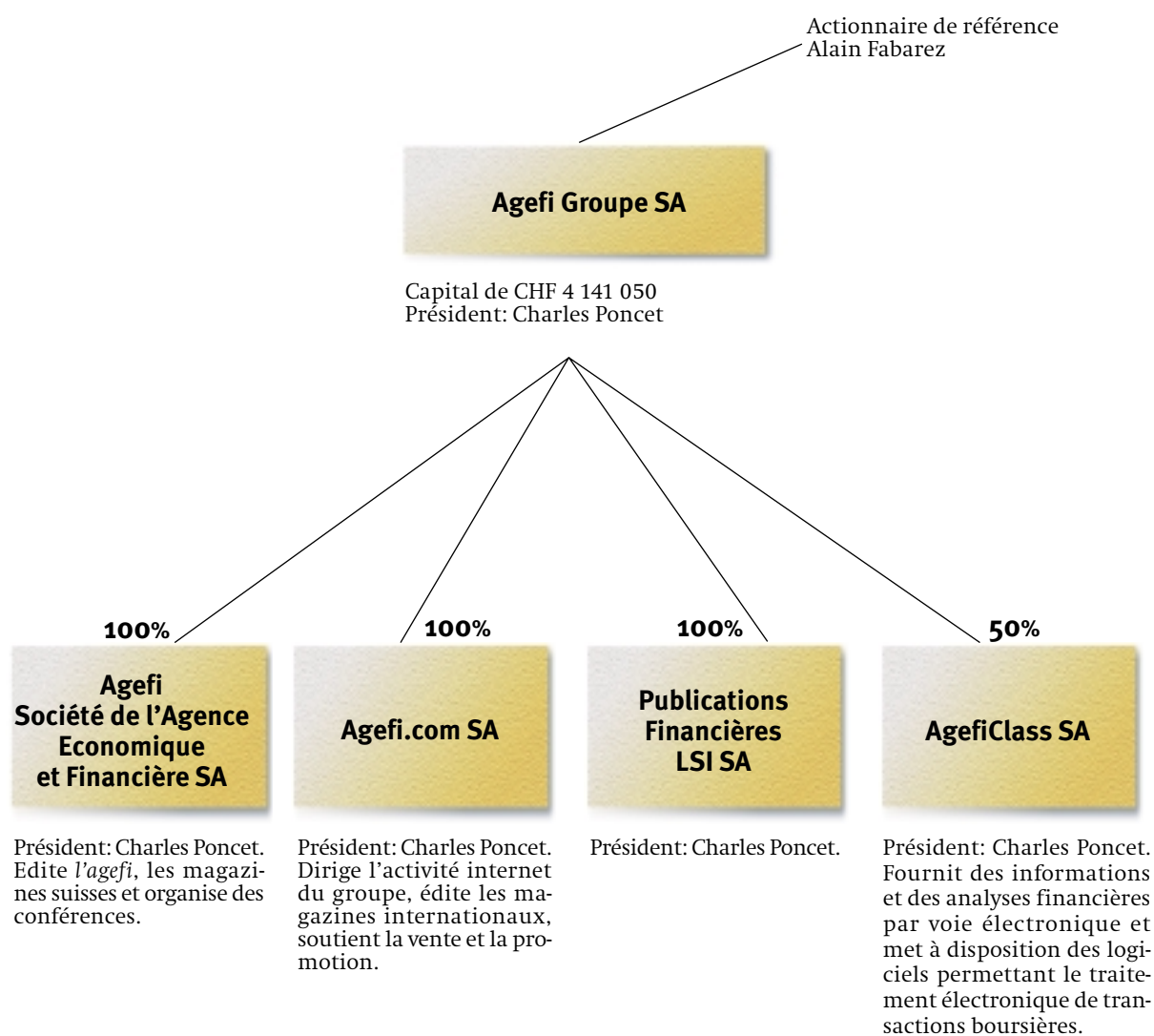
(*) en millions
(**) hors FUTUR(E)S.

RÉDACTION

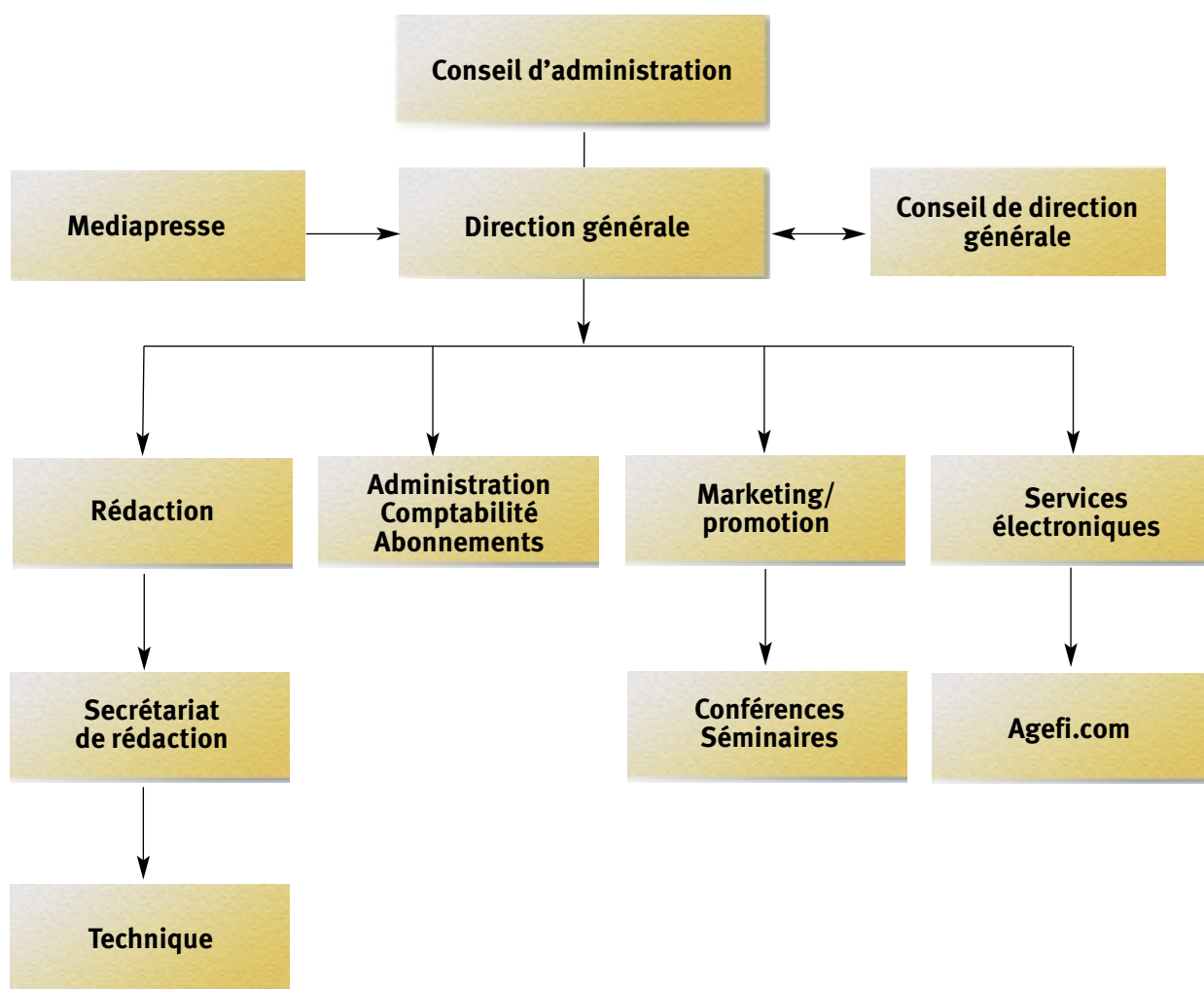


Le coût de la rédaction a été tenu dans une conjoncture difficile.

• 8 Organigramme du Groupe



Organigramme général 9.



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

• 10



CHARLES PONCET
Président du conseil d'administration.



ALAIN FABAREZ
Administrateur délégué d'Agefi Groupe SA.

Cela fait maintenant trois ans que votre groupe est entré en bourse, puisque la première cotation s'est tenue le 5 juillet 1999. Avant l'IPO du groupe, le conseil d'administration de votre société et sa direction s'étaient montrés particulièrement volontaristes en ce qui concerne l'évolution des chiffres et des résultats de votre société. Bien qu'un certain scepticisme ait vu le jour dans la presse quant à la possibilité d'Agefi Groupe de tenir des engagements aussi positifs, force est de constater que nous avons – sur toute la ligne – tenu les engagements formulés année après année.

Lors de la dernière assemblée générale du 26 avril 2001, nous nous montrions encore très optimistes, malgré un début de retournement conjoncturel. Cet optimisme s'est avéré dans les chiffres au 30 juin 2001, puisque notre chiffre d'affaires avait progressé de 10% à CHF 11,29 millions et que le bénéfice d'exploitation hors activité abandonnée s'était élevé à CHF 2,24 millions en hausse de 4,3% par rapport aux chiffres records de l'année 2000.

Globalement, les médias édités par l'Agefi s'étaient mieux comportés que le reste du marché et nous incitaient à un optimisme raisonné pour le second semestre. Le retournement conjoncturel s'est cependant accéléré au cours de l'été et a été terrassé à l'image des twins de New York par l'attentat suicide du 11 septembre. Ce jour-là le cœur du monde s'est arrêté de battre, impliquant des réactions en chaîne et un «grippage» général du commerce international, de l'activité économique et bien entendu

des marchés financiers. *L'agefi*, comme tous ses confrères de la presse, qu'elle soit généraliste ou spécialisée, a subi un net coup d'arrêt de ses recettes publicitaires. Un coup d'arrêt certes généralement moins fort et moins marqué que celui subi par la presse généraliste et les médias spécialisés, tant en Suisse qu'en Europe. Dans ce chaos des marchés et de la conjoncture économique mondiale, votre groupe a finalement cependant bien tiré son épingle du jeu. Alors que certains confrères (*voir également en pages 6, 7 et 17*) subissaient des pertes drastiques de leur chiffre d'affaires de publicité, Agefi Groupe n'a reculé que de 7,03% pour s'établir à CHF 15,47 millions contre CHF 16,64 millions en 2000. Pour le quotidien lui-même, *l'agefi*, le recul n'a été que de 5,97%. Ces résultats sont à mettre en perspective avec la formidable progression des années précédentes, puisque le chiffre d'affaires de publicité du groupe n'était que de CHF 7,6 millions en 1998 et même de CHF 10,9 millions en 1999.

Dans cette conjoncture particulièrement difficile, marquée par un certain désintérêt des investisseurs privés et par le gel des opérations financières au second semestre, il est remarquable pour votre groupe que le chiffre d'affaires de diffusion – c'est-à-dire les abonnements et les ventes au numéro – a tout de même progressé de 3,21% pour se monter à CHF 4,18 millions contre CHF 4,05 millions en 2000. Dans sa volonté de développement et d'asseoir sa place de référence dans la communauté financière suisse, Agefi Groupe a, une nouvelle

à l'assemblée générale du 6 mai 2002

fois, augmenté l'enveloppe du marketing et de la promotion puisque celles-ci ont progressé respectivement de 39,03% et de 55,64%. Quant à la rédaction, son coût eu égard à la même volonté de développement de notre groupe a augmenté de 14,5% après l'important effort de 2000 qui avait vu une progression de 17,2%.

Agefi Groupe sort de la crise de l'an 2001 finalement renforcé en confortant sa place de leader avec ses médias de référence de la place financière romande.

L'ARRÊT DE FUTUR(E)S EST COMPLÈTEMENT AMORTI

La direction de l'Agefi a dû prendre la décision d'arrêter fin juin l'édition du magazine *Futur(e)s* aussi bien en Suisse qu'en France. Dans un communiqué, nous en avons expliqué les raisons. Ces mensuels qui avaient retenu l'attention de leurs lecteurs par leur qualité, leur modernisme et leur spécificité, n'ont malheureusement pas trouvé leur équilibre financier. Étions-nous trop en avance ou trop en retard? Trop novateurs ou trop élitistes? Ces questions restent posées. Elles resteront sans réponse. On ne peut se réjouir du malheur des autres, mais la plupart des magazines dans ce secteur ont terriblement souffert ou ont disparu. Il était du devoir du management d'Agefi Groupe de ne pas s'entêter dans une opération aléatoire et infructueuse. Nous avons choisi de trancher dans le vif et en bonne gestion en assumer les pertes plutôt que de traîner un boulet alors que nous n'étions pas sûrs de trouver un équilibre financier avant de

longs mois. Si ce n'est des années. Les faits nous ont donné raison, a posteriori, le marché publicitaire de ce type de magazine s'est quasiment effondré au second semestre et ne semble pas devoir redémarrer avant de nombreux mois.

L'aventure *Futur(e)s* a été forcément préjudiciable aux résultats de votre groupe. Nous avons amorti CHF 4,24 millions pour l'exercice 2000, nous en avons amorti CHF 2,87 millions pour l'exercice 2001. Tout est aujourd'hui, soit payé, soit provisionné et l'arrêt de *Futur(e)s* ne pèsera plus, en aucune façon, sur l'exercice en cours permettant à votre groupe de rebondir et de retrouver une rentabilité très favorable. Malgré ces éléments extrêmement négatifs quoi que non récurrents, Agefi Groupe peut présenter pour l'exercice 2001 un résultat bénéficiaire, certes faible, mais bénéficiaire tout de même. Il faut également noter que malgré la conjoncture extrêmement difficile de l'année dernière, votre groupe a réalisé hors activité abandonnée, un bénéfice d'exploitation de CHF 3,02 millions contre CHF 5,4 millions en l'an 2000.

Cette plateforme d'exploitation devrait nous permettre cette année de retrouver un bénéfice digne d'un groupe comme le vôtre. La direction générale et les cadres de l'Agefi s'emploient en effet chaque jour à éditer des produits de qualité, à imaginer de nouveaux développements. En bref, tracer les pistes de l'avenir. Dans ce cadre, une nouvelle maquette plus moderne, plus aérée, plus proche des attentes des lecteurs sera lancée au mois de septembre. ●



ROBERT PENNONE
*Vice-président
du conseil.*



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



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

Pour un quotidien financier, l'interface entre le capital et les processus

EMMANUEL GARESSUS, DIRECTEUR DE LA RÉDACTION

• 12



**EMMANUEL
GARESSUS**

*Directeur
de la rédaction.*



PIERRE VEYA

Rédacteur en chef.

La rédaction de *l'agefi* innove et garde un contrôle très serré des coûts. Cette stratégie s'est traduite, ces dernières années, par l'introduction de nouvelles chroniques et l'apport de nouvelles sections à un rythme supérieur à celui de la plupart de ses concurrents. Après un effort particulier en direction des nouvelles technologies, l'attention portée à la finance s'est fortement accrue ces derniers mois. En septembre 2000, c'était l'arrivée des pages «Savoirs» dédiées aux nouvelles technologies et en janvier 2001, la création d'une bourse de l'emploi high-tech. L'automne dernier, nous avons décidé d'élargir et d'approfondir la couverture des produits dérivés, avec une chronique hebdomadaire sur les produits structurés, en faisant appel aux meilleurs instituts de la place, et avec une rubrique très prisée, les «questions sur les warrants», afin d'offrir aux lecteurs et investisseurs la possibilité de demander aux spécialistes leurs conseils face aux complexités de produits toujours aussi utilisés, ceci malgré deux années de baisse des bourses. Le fonctionnement de ces produits et leur meilleure utilisation possible en période de forte volatilité, afin d'obtenir l'exposition optimale aux risques que l'investisseur accepte, confèrent un tel intérêt à cette rubrique que nous avons décidé d'introduire d'autres rendez-vous de ce type dès ces prochaines semaines.

Au début de cette année, ce souci de dialogue avec le lecteur nous a conduits à introduire une rubrique intitulée «Vos questions sur les fonds de placement», consacrée non seu-

lement aux fonds de placement, mais aussi aux hedge funds, dont les mérites en termes de performance absolue, de moindre volatilité et de décorrélation avec les placements en actions viennent enfin d'être découverts par la communauté financière. Le magazine *Haute Finance* de ce printemps offrira en outre un instrument que nous pensons unique, permettant de faire le tour de tous les aspects essentiels, jusqu'aux plus complexes, de ce nouveau style d'investissement.

S'intégrant parfaitement dans notre vision du journalisme d'analyse et d'investigation en finance, nous avons élargi notre coopération avec *breakingviews*, soit avec Hugo Dixon et son équipe d'anciens journalistes des plus grands médias financiers anglo-saxons. Depuis janvier, nous sommes ainsi en mesure d'offrir quatre commentaires pointus sur l'actualité financière internationale.

Afin de transmettre aux lecteurs et investisseurs les meilleures idées de placement des traders de la place, que ce soit sur les actions suisses ou sur d'autres marchés, notre collaborateur Nicolas Pinguely a créé la rubrique mensuelle du «Trader masqué».

En matière de recherche en finance, l'avenir de la place financière suisse passe indiscutablement par un haut niveau de recherche. Il est dès lors tout naturel que *l'agefi* s'associe à FAME (International Center for Financial Asset Management and Engineering), institution de recherche académique financée par les universités suisses et le secteur privé. Notre association confère à *l'agefi* le

de création de richesses se trouve d'innovation technologique

ET PIERRE VEYA, RÉDACTEUR EN CHEF

rôle de partenaire presse exclusif de FAME. En contrepartie, *l'agefi* rend compte des travaux de FAME, et avec l'aide de cette institution, publie des revues et organise des manifestations, ce qui stimule les échanges entre les milieux de la recherche et l'industrie financière. En octobre prochain, *l'agefi* publiera son deuxième magazine *Haute Finance* en collaboration avec FAME. Ce sera une occasion unique de faire le point sur les derniers acquis en matière de recherche financière. Si la diffusion de la théorie financière moderne est essentielle pour les professionnels, les outils de gestion le sont tout autant, notamment ceux mis à disposition de tout un chacun par les technologies de l'information. En février et mars derniers, la rédaction de *l'agefi* a signé deux accords de collaboration avec theScreener.com et la société TechRules.com, la seconde nommée étant également la partenaire de la nouvelle plate-forme internet d'Agefi Groupe. Si la première est essentiellement un outil d'analyse agrégeant des données fondamentales, la seconde est un outil d'analyse technique.

En mai, nous vous avons annoncé la création d'un poste de correspondant à Boston, confié à Fabrice Delaye. A l'époque, ce choix pouvait paraître audacieux. Il l'était, mais les événements tant politiques que financiers ont amplement démontré la justesse de celui-ci; Boston est non seulement un haut lieu de la recherche des sciences du vivant, mais également le premier centre mondial de l'industrie des fonds de placement. Enfin, la rédaction dispose d'un bu-

reau renforcé à Berne, avec Pierre Pauchard et Edgard Bloch.

Le développement continu de la rédaction a nécessité, au début de l'année, une refonte des structures de management afin d'améliorer et d'accélérer les processus de décision. Gian Pozzy a repris la responsabilité du secrétariat de rédaction comme rédacteur en chef technique, Simone Riesen la direction technique des magazines et Danielle Hennard la responsabilité rédactionnelle de ceux-ci. Sylvie Gardel et Jean-Louis Richard assument respectivement l'animation des pages «Savoirs» et «Politique internationale».

Pour la fin de l'année 2002, la rédaction se montre résolument optimiste et travaille au lancement d'une nouvelle formule qui, à l'instar des grands quotidiens financiers, fera place à davantage d'iconographies, à une plus grande clarté et à un plus grand confort de lecture. Cette formule, que nous espérons élégante sur le plan graphique, sera au service d'une ligne rédactionnelle rigoureuse et sobre. Elle s'inscrira dans l'esprit de liberté que la rédaction adopte pour appréhender le monde d'aujourd'hui, reprenant les considérations que faisait Friedrich Hayek, en 1948 déjà, dans *L'utilisation du savoir dans la société*, et qui est repris avec bonheur en 2002 par Brink Lindsey dans son livre *Against the dead hand* lorsqu'il écrit que la création de richesses est essentiellement un processus de découverte et d'utilisation de l'information. ●

EMMANUEL GARESSUS

ET PIERRE VEYA



Le quotidien

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



Le site internet

Les abonnés peuvent lire *l'agefi* chaque matin intégralement sur le site, <http://www.agefi.com>

2001 axée sur le renforcement de notre notoriété

CHRISTINE VISINAND, DIRECTRICE DU MARKETING

• 14



CHRISTINE VISINAND

Directrice du marketing.

L'année 2001 a été caractérisée par des investissements continus dans les actions de promotion pour *l'agefi* et ses suppléments. Il s'est agi en particulier de renforcer les partenariats afin d'accroître la notoriété du titre. Ce fut aussi l'année où, pour la première fois, nous avons activement développé notre présence en Suisse alémanique avec une participation au Salon Money de Zurich et divers partenariats à Berne, Bâle et encore Zurich, dans les domaines des biotechs, de la finance, des services électroniques et du segment du luxe. En tant qu'actionnaire et partenaire presse du Salon suisse de l'épargne et de la prévoyance Investissima, à Lausanne, nous dressons un bilan très positif de la cinquième édition de cette manifestation qui fut un vrai succès: avec plus de 4000 visiteurs – hors Salon Entreprises, puisque ce dernier n'a pas été réédité –

Investissima devient, en Suisse, le Salon incontournable pour tout investisseur, qu'il soit privé, institutionnel ou professionnel de la finance. Tout au long de l'année, un de nos objectifs fut aussi de positionner *l'agefi* auprès de nouveaux groupes cibles, au-delà de la communauté financière où il a déjà acquis ses lettres de noblesse. Grâce à des campagnes de marketing direct, nous avons posé des jalons auprès des entreprises actives dans le secteur high-tech, dans l'informatique ou encore dans les télécoms. Des retombées intéressantes en découlent en termes de nouveaux abonnés et d'accroissement de la notoriété.

Avec sa prise de participation dans Success & Career, *l'agefi* affiche sa volonté de s'adresser plus directement aux jeunes, et notamment aux étudiants. Au travers de forums d'étudiants en Suisse, nous bénéficions d'une plate-forme de communication idéale, en lien direct avec une cible jusqu'ici encore insuffisamment approchée.

Cela dit, nous collaborons déjà étroitement avec les universités romandes, des HES et l'EPFL, à l'occasion d'événements majeurs auxquels *l'agefi* s'associe. Pour donner un exemple, un tiré à part a été réalisé, qui rassemble toute une série d'enquêtes consacrées aux mutations que vit l'EPFL; il est remis aux diplômés et aux docteurs, ainsi qu'à leurs proches; encarté pour nos abonnés, il représente une forte valeur ajoutée.

Afin d'établir notre notoriété dans un secteur biotech en pleine croissance, nous nous sommes associés

au symposium mondial BioData qui a réuni à Genève, deux jours durant, les plus éminents scientifiques et investisseurs institutionnels actifs dans les sciences de la vie. A cette occasion, *l'agefi* a été élu «l'homme de l'année», en l'occurrence cinq hommes, tous chercheurs, créateurs et dirigeants de la société GeneProt, qui ont vu cette distinction soulignée par une récompense.

Avec la mise en place d'une politique de promotion active d'abonnements «découverte» à prix très réduits et les actions promotionnelles d'abonnements liées au lancement de nouveaux produits comme le guide didactique *Tout savoir sur la bourse* ou encore l'édition 2002 du *Swiss Financial Year Book*, nous avons entrepris de développer des synergies entre les multiples produits d'Agefi Groupe. Voilà qui permet de travailler aussi bien la communication que la promotion globale et de présenter tous les avantages que comporte un abonnement à *l'agefi*.

Pas de bilan sans esquisse de l'avenir! De grands projets nous attendent en 2002, à l'instar du lancement de la nouvelle plate-forme internet et de la nouvelle formule du quotidien. Toutes les forces se concentrent sur l'élaboration d'une prochaine campagne «corporate» au printemps, à laquelle devrait succéder une campagne produits, en automne, afin de séduire de nouveaux lecteurs, de renforcer notre présence auprès des lecteurs occasionnels et, bien sûr, de conserver la confiance de nos abonnés. ●

CHRISTINE VISINAND

L'adaptation aux nouvelles technologies est fondamentale pour gérer l'avenir

JEAN-MARC BONGNI, DIRECTEUR DES SERVICES ÉLECTRONIQUES



JEAN-MARC BONGNI
Directeur des services électroniques.

A l'heure du numérique, de l'informatique et d'internet, il était primordial pour le Groupe Agefi de ne pas manquer un coche aussi capital. Dès lors, nous nous sommes penchés de manière pointue sur ces problèmes afin d'apporter les solutions qui augurent d'un avenir à la hauteur des attentes, aussi bien celles des lecteurs que de celles des collaborateurs. Pour mener à bien une telle entreprise, trois axes principaux ont été développés, à savoir le secteur internet, le travail en numérique ainsi que le parc informatique.

PLATE-FORME INTERNET

Une nouvelle plate-forme internet sera développée, intégrant la totalité du quotidien en ligne avec deux ans d'archives, et qui sera dotée de fonctionnalités de recherche modernes et efficaces. L'ensemble du site Corporate de l'Agefi sera également entièrement revu pour donner une visibilité complète de l'ensemble des activités et des prestations du groupe. Les informations financières ne seront pas pour autant négligées, puisque les cotations des principaux marchés européens, nord-américains et asiatiques seront également présentes sur le site. Pour les plus importantes actions, un rapport d'analyse technique sera disponible. D'autre part, des outils d'aide à la décision et de gestion du patrimoine seront également proposés en tant que services payants et professionnels.

PASSAGE AU TOUT-NUMÉRIQUE

Dans les mois à venir – et dans le cadre de la nouvelle formule du quotidien –

la réalisation des publications de *l'agefi* s'exécutera de manière numérique. La planification et le projet d'une nouvelle formule de la version papier du quotidien nécessitent des modifications importantes des procédures de travail dans les différents services (rédaction, secrétariat de rédaction, service de publicité). Ce projet d'envergure nous permettra également de revoir l'ensemble des processus de travail et de les optimiser. Le matériel et les logiciels seront remplacés par des versions de la nouvelle génération pour, à terme, obtenir une intégration complète et une gestion homogène des contenus du quotidien, des magazines, des agences de presse et d'internet.

MISE À NIVEAU

DU PARC INFORMATIQUE

La mise à niveau du parc informatique est en partie liée à la gestion du tout-numérique, mais dans un déploiement plus large. La performance, la sécurité et la redondance des serveurs de production et des services de télécommunication seront sensiblement renforcées. Nous en profiterons également pour mettre à niveau les logiciels de bureautique et de métier. Les bureaux de Zurich, Genève et Berne seront intégrés dans la logique informatique du groupe. L'ensemble de ces projets sera achevé pour la fin de cette année. Ils devraient apporter des impulsions favorables à tout le groupe, tant au niveau des collaborateurs de l'Agefi, mais également au niveau des alliances extérieures. ●

JEAN-MARC BONGNI

Le moins que l'on puisse dire, pleine de rebondissements

OLIVIER BLOCH, DIRECTEUR GÉNÉRAL

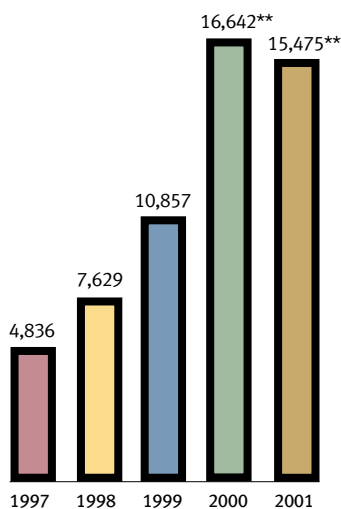
• 16



OLIVIER BLOCH

Directeur général de Mediapresse, régie publicitaire de l'Agefi.

CHIFFRES D'AFFAIRES*



Après la spectaculaire envolée du chiffre d'affaires de la publicité d'Agefi Groupe en quatre ans, 2001 a vu un très léger recul.

(*) en millions
(**) hors FUTUR(E)S.

Après un début d'année en fanfare, *l'agefi* a compté jusqu'à 19,8% de volume publicitaire en plus par rapport à 2000. A fin avril 2001 (source ASSP), nous avons été progressivement rattrapés par la conjoncture économique générale et ce, dès le mois de mai.

Le retournement des marchés publicitaires a été moins violent pour *l'agefi* que pour ses concurrents. Nous avons pu profiter de notre positionnement clair et d'une prospection active pour résister à la tendance baissière amorcée depuis le mois de mars 2001: à la fin du mois d'août, *l'agefi* comptait une augmentation de son volume publicitaire cumulé depuis le début de l'année de 10,8% par rapport à 2000, alors que le marché romand perdait 4,8% et le marché national 4,7%.

Le 11 septembre a totalement inversé la tendance: grave crise de confiance, incertitudes, gel des budgets de communication et diminution drastique des investissements publicitaires. Tous les médias ont été touchés.

Néanmoins, *l'agefi* a mieux résisté: cette année 2001 s'est soldée par une diminution de 3% de son volume publicitaire, contre -6,6% pour la presse

suisse romande et -8,9% pour la presse nationale. Il est à relever que certains de nos concurrents ont enregistré des baisses allant jusqu'à -16,3%. Paradoxalement, nous avons même gagné des parts de marché sur la publicité financière avec une augmentation de la facturation pour l'ensemble de l'année 2001 de l'ordre de 6%. Cela s'explique par le gain de plusieurs nouveaux gros clients et ce, dès le mois d'avril.

Nous avons été particulièrement touchés par la récession du marché de l'emploi (-35%) et la chute de la publicité commerciale (-23%), principalement dans les secteurs de la haute technologie, de l'informatique, des télécommunications et du marché du luxe, et ceci pour les mois de novembre et de décembre.

Par contre, les magazines de *l'Agefi* n'ont, eux, pas enregistré de baisse de chiffre d'affaires et *Classe Evasion*, qui est passé de quatre à six numéros en 2001, a enregistré une forte progression de 61% de son chiffre d'affaires annuel, confirmant ainsi la stratégie des suppléments.

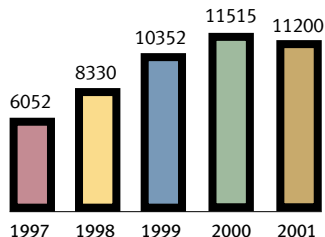
Pour l'année 2002, nous nous attendons à un premier semestre difficile. Nos prévisions ont été faites dans ce sens. Par contre, nous tablons sur un rebondissement à compter de la fin du mois d'août, soit pour l'année, une augmentation du chiffre d'affaires de l'ordre de 8% par rapport à 2001. La nouvelle maquette du quotidien qui se profile pour le mois de septembre devrait être un accélérateur important pour les marchés. ●

OLIVIER BLOCH

c'est que 2001 aura été une année terrible, parfois dramatiques.

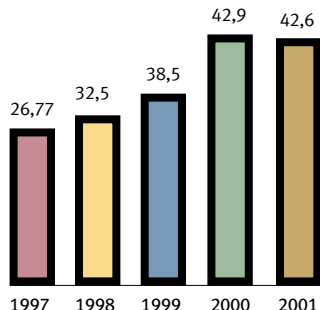
MEDIAPRESSE PUB SA

TIRAGES



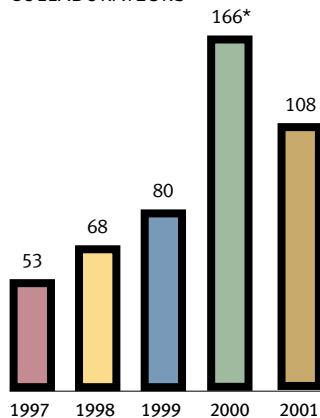
Une très bonne résistance après le 11 septembre...

PAGES



... y compris pour la publicité par rapport à la concurrence.

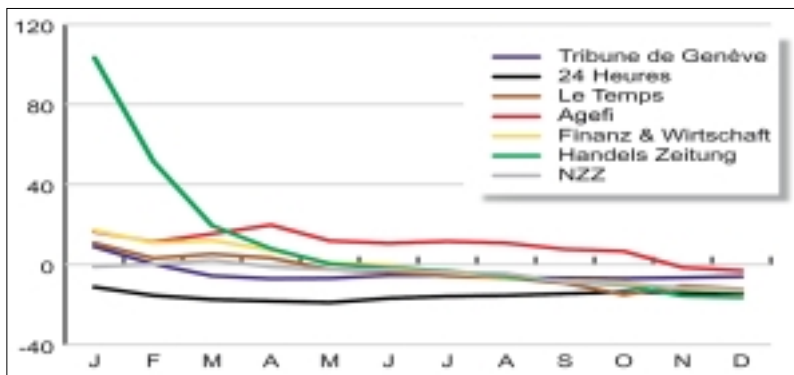
COLLABORATEURS



L'équipe, hors FUTUR(ES) est restée stable.

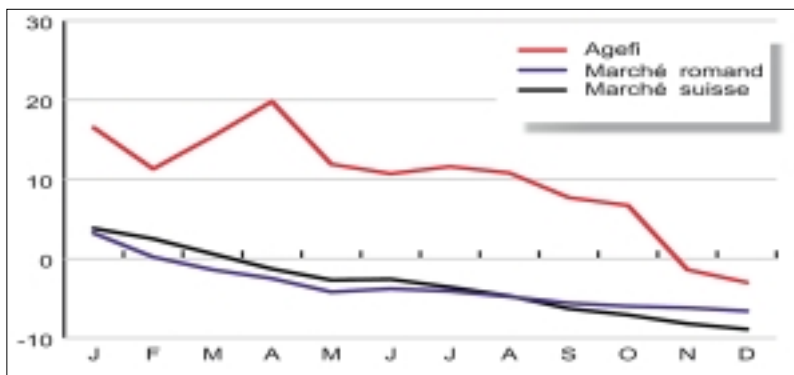
(*) y compris FUTUR(ES).

ÉVOLUTION DU VOLUME PUBLICITAIRE GÉNÉRAL 2001 DE L'AGEFI PAR RAPPORT AUX AUTRES TITRES

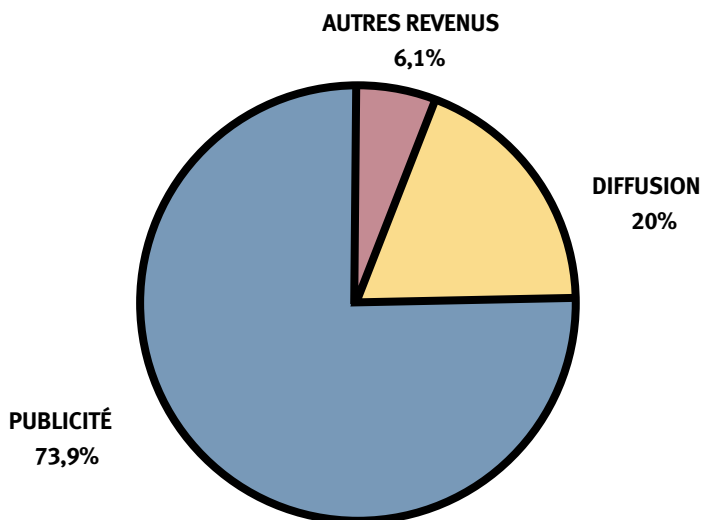


Le retournement a commencé en juin, mais le 11 septembre...

ÉVOLUTION DU VOLUME PUBLICITAIRE DE L'AGEFI 2001 PAR RAPPORT AUX MARCHÉS ROMAND ET NATIONAL



... l'agefi a mieux résisté à la curée que l'ensemble du monde.



CHIFFRE D'AFFAIRES

La part des recettes de diffusion a légèrement progressé en 2001.

Méfiez-vous de la confiance

BRUNO BERTEZ, CONSEILLER DE LA DIRECTION

• 18



BRUNO BERTEZ

*Conseiller
de la direction.*

Dans le monde économique global, les signes de reprise se multiplient. Leur concordance et leur convergence rendent le diagnostic quasi assuré: non seulement la récession se termine, mais la croissance se profile à nouveau à l'horizon.

La résistance de l'économie américaine a été mise à l'épreuve; une fois de plus, elle s'est avérée exceptionnelle. On peut compter sur elle. C'est d'ailleurs, soit dit en passant, ce que font les autres blocs, à savoir l'asiatique et l'européen.

Ceux qui, dans le passé, l'avaient soulignée comme une constante et l'avaient érigée en maxime avaient raison: «Nether underestimate the resilience of the american economy», répétait régulièrement Arthur Burns, un des meilleurs chairmans que la Fed ait jamais eu, selon nous.

Nous ne l'avons jamais sous-estimée, et nous avons toujours cru à cette reprise. Ou plus exactement en la capacité de réaction de l'économie américaine aux stimulations de la Réserve fédérale.

Nous n'en sommes par conséquent que plus à l'aise, maintenant que nos pronostics sont réalisés, pour être prudents, réticents et sous certains aspects, négatifs!

Prudents parce que ce n'est pas l'économie américaine qui s'est avérée forte, mais simplement l'un de ses segments: la consommation. Le secteur des entreprises, lui, s'est révélé au contraire extrêmement fragile, comme l'attestent l'effondrement des profits, la multiplication des défaillances et le corollaire inévitable, la chute aux enfers des

dépenses d'investissement. Or, qu'on le veuille ou non, la vraie force fondamentale d'une économie, ce n'est pas son appétit de consommation, mais la vigueur de son appareil de production.

Réticents parce que le bon diagnostic d'une reprise économique, ce n'est pas quand les indicateurs se redressent après une baisse. Après tout, il y a peut-être là-dedans que de la mécanique. Le bon diagnostic, c'est quand on constate que les indicateurs sont capables de rester bien orientés, alors que peu à peu les effets du stimulant s'estompent. Bref, la reprise est réelle quand elle devient auto-entretenu. Dans le cas présent, elle le sera quand le secteur des entreprises passera du stade de la reconstitution des stocks à celui de l'équipement. Prudents parce que la récession n'a apporté aucune correction aux déséquilibres profonds et inquiétants de l'économie américaine: surendettement, absence d'épargne, déficits extérieurs, monnaie surévaluée, allocation non économique du capital, pour ne citer que quelques-uns parmi les déséquilibres les plus évidents. Cette absence de reconstitution des marges de manœuvre du système américain, de ce que nous appelons les amortisseurs, va au cours des prochains mois ou des prochaines années limiter le potentiel de progression, tout en laissant intact le haut niveau de risque économique d'abord et systémique ensuite.

En l'absence de rééquilibrage, le système américain ne peut croître que par l'accélération de l'endettement, la détérioration exacerbée des bilans et

l'accumulation des promesses. Aucun agent économique n'épargne pour les autres, qu'il s'agisse des ménages, des entreprises et maintenant de l'Etat. Tout est dans le rouge. Le financement de la prospérité – du niveau de vie, diraient certains – des Etats-Unis repose plus que jamais sur l'apport de capitaux extérieurs. Autrement dit, sur la confiance.

Cette confiance existe-t-elle? C'est une des questions centrales que l'on doit se poser en ce début de nouveau cycle. Si la confiance existe vraiment, alors peut-être la reprise sera pérenne. Malheureusement, notre réponse est non.

Le maintien des flux de capitaux et les commentaires qu'il suscite sont des apparences trompeuses.

La confiance, la vraie, celle qui ne se décrète pas et que l'on accorde, est positive. Elle a disparu en 1998 lorsque l'on s'est aperçu que les crises se multipliant, puis se rapprochant, elles étaient toujours traitées de la même manière: la fuite en avant monétaire.

L'histoire des vingt-deux dernières années n'est qu'une succession de crises à répétition toutes plus graves les unes que les autres, et surtout, c'est là le fait essentiel, plus coûteuses en termes de création monétaire.

La locomotive économique est certes à chaque fois repartie, mais elle n'a pu le faire qu'au prix d'entorses considérables aux règles de bonne gestion et aux valeurs fondamentales de l'économie ainsi qu'au prix de sacrifices de plus en plus coûteux en termes de sécurité. La locomotive s'apparente de moins en moins à un che-

min de fer sur ses rails, et de plus en plus à un chasse-neige qui repousse devant lui ce qui le dérange et laisse ainsi s'accumuler sur les côtés ce qui lui fait obstacle. Rien de ce qui était apparu au cours des crises des années 1980 à 2001 n'a jamais été traité. Les déclarations, qu'elles émanent de régulateurs, d'hommes politiques ou de forums comme le G7, n'ont jamais débouché sur de véritables propositions et encore moins sur d'authentiques traitements.

Le risque majeur n'est pas, selon nous, la perte de confiance, car notre conviction est que cette confiance a déjà disparu. En particulier chez les grands de ce monde, ceux qui ont, comme on dit, le *Big Money*. Le risque, c'est le cynisme. Celui qui s'est installé alors que l'on sait que la situation est fondamentalement malsaine et qu'elle ne saurait éternellement durer. Cynisme qui consiste à continuer comme si de rien n'était. On continue comme si de rien n'était pour deux raisons: la première est que l'on est obligé de le faire, parce que l'on est professionnel et qu'on est payé pour le faire. La seconde, parce que l'on se croit plus intelligent que les autres. On est, malgré les enseignements du passé, persuadé que l'on réussira à sauter du train avant la prochaine crise.

La confiance dans la monnaie américaine est une confiance par défaut, c'est-à-dire par absence d'alternative. La confiance dans les marchés financiers est une confiance de commande fondée sur le cynisme pour les uns, et sur le jeu pour les autres. Nous ne sommes évidemment pas là



Une palette extrêmement large...



... de magazines spécialisés.

pour faire la morale et tout ceci, finalement, nous importerait relativement peu si cela n'avait une conséquence dans le domaine de l'investissement. La conséquence est que les marchés sont fragiles et que cette fragilité peut se révéler à n'importe quelle occasion. Investir sans confiance, c'est comme acheter un immeuble avec de l'argent au jour le jour. Ce n'est rien d'autre qu'acheter du long avec du court. ●

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

• 22 Bilans consolidés aux 31 décembre 2001 et 2000

en francs suisses	Notes	31.12.2001	31.12.2000
Actifs			
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Immobilisations corporelles nettes	3	1 170 331	1 039 634
Immobilisation incorporelle nette	4	150 000	200 000
Participations non consolidées	5	28 500	28 500
Titres mis en équivalence		–	50 357
Autres actifs financiers		20 203	67 143
Total des actifs immobilisés		1 369 034	1 385 634
ACTIFS CIRCULANTS			
Débiteurs (net d'une provision de CHF 185 709; 2000:-)		2 796 171	6 002 077
Avances société affiliée		65 721	–
Actifs transitoires		159 345	837 102
Titres		20 000	64 100
Liquidités		7 206 041	6 094 500
Total des actifs circulants		10 247 278	12 997 779
		11 616 312	14 383 413
Passifs			
FONDS PROPRES			
Capital-actions	6	4 141 050	4 080 000
Réserve générale		136 000	79 000
Actions propres	6.2	(196 790)	(1 155 550)
Différence de conversion		–	69 220
Bénéfice au bilan		2 852 228	2 867 759
Total des fonds propres		6 932 488	5 940 429
FONDS ÉTRANGERS À LONG TERME			
Impôts différés	7	40 410	77 221
Total des fonds étrangers à long terme		40 410	77 221
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Fournisseurs		743 284	3 961 437
Abonnements payés d'avance		1 564 211	2 088 317
Provision pour impôts		1 168 434	1 335 294
Passifs transitoires		1 167 485	980 715
Total des fonds étrangers à court terme		4 643 414	8 365 763
		11 616 312	14 383 413

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Comptes de profits et pertes consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 2001 et 2000

Activités continues	en francs suisses	Notes	31.12.2001	31.12.2000
CHIFFRE D'AFFAIRES				
Abonnements et kiosques			4 178 730	4 047 417
Publicité			15 473 491	16 641 962
Produits divers			1 273 739	1 220 535
Chiffre d'affaires brut			20 925 960	21 909 914
Commissions sur ventes en kiosque			(328 459)	(356 064)
Commissions sur publicité			(4 536 653)	(5 077 762)
Chiffre d'affaires net		10	16 060 848	16 476 088
CHARGES D'EXPLOITATION				
Coûts de production			(4 639 353)	(3 731 696)
Salaires et charges sociales		11	(5 460 310)	(4 972 399)
Amortissements			(381 535)	(374 877)
Autres charges d'exploitation			(2 557 103)	(1 994 806)
Total des charges d'exploitation			(13 038 301)	(11 073 778)
Bénéfice d'exploitation des activités continues			3 022 547	5 402 310
RÉSULTATS FINANCIERS NETS				
Perte sur société mise en équivalence		12	(175 357)	(74 643)
Bénéfice avant impôts des activités continues			2 968 308	5 565 603
ACTIVITÉ ABANDONNÉE				
Chiffre d'affaires net			2 106 720	1 146 686
Charges d'exploitation			(5 374 021)	(5 387 269)
Perte d'exploitation – activité abandonnée			(3 267 301)	(4 240 583)
Part à charge de tiers			397 714	–
Résultat net activité abandonnée			(2 869 587)	(4 240 583)
Bénéfice avant impôts de l'ensemble de l'activité			98 721	1 325 020
Impôts		7	(57 252)	(444 847)
BÉNÉFICE DE L'EXERCICE			41 469	880 173
BÉNÉFICE AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE			2 867 759	1 987 586
Attribution à la réserve générale			(57 000)	–
BÉNÉFICE AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE			2 852 228	2 867 759
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			31.12.2001	31.12.2000
Bénéfice de l'exercice			41 469	880 173
Bénéfice net de base par action			0,05	1,09
Bénéfice net dilué par action			0,05	0,97
Nombre moyen d'actions en circulation			818 191	807 025
Nombre moyen d'actions en circulation et à émettre (options)			907 981	909 025

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 24

Tableaux de flux de trésorerie consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 2001 et 2000

en francs suisses	31.12.2001	31.12.2000
CASH-FLOW D'EXPLOITATION		
Bénéfice avant impôts des activités continues	2 968 308	5 565 603
Ajustements pour		
– Dotation aux amortissements	381 535	403 877
– Dotation à la provision pour débiteurs douteux	185 709	–
– Gain non réalisé sur titres	–	(7 700)
– Perte sur société mise en équivalence	175 357	74 643
– Différence de conversion	(69 220)	69 220
VARIATION DU FONDS DE ROULEMENT		
Diminution/(Augmentation) des débiteurs	2 340 508	(1 995 895)
(Augmentation) des avances aux société affiliées	(65 721)	–
Diminution/(Augmentation) des titres	44 100	(20 000)
Diminution des actifs transitoires	35 160	56 720
(Diminution)/Augmentation des fournisseurs	(619 968)	308 457
(Diminution)/Augmentation des abonnements payés d'avance	(514 403)	275 523
Augmentation des passifs transitoires	436 695	106 785
Impôts sur les bénéfices payés	(260 923)	(131 217)
Cash-flow d'exploitation – activités continues	5 037 137	4 706 016
Cash-flow d'exploitation – activité abandonnée	(4 405 115)	(2 673 950)
Cash-flow d'exploitation – ensemble des activités	632 022	2 032 066
CASH-FLOW D'INVESTISSEMENT		
Achat d'immobilisations corporelles	(937 400)	(189 910)
Achat de participations	(125 000)	(166 469)
Autres actifs financiers	–	–
Cash-flow d'investissement – activités continues	(1 062 400)	(356 379)
Diminution des investissements – activité abandonnée	522 109	(553 214)
Cash-flow d'investissement – ensemble des activités	(540 291)	(909 593)
CASH-FLOW DE FINANCEMENT		
Augmentation de capital	61 050	40 000
Vente/(achat) d'actions propres – net	940 745	(1 047 729)
Perte/(gain) sur actions propres	18 015	(107 821)
Remboursement d'emprunts bancaires	–	(329 994)
Cash-flow de financement	1 019 810	(1 445 544)
CASH-FLOW	1 111 541	(323 071)
LIQUIDITÉS AU DÉBUT DE L'EXERCICE	6 094 500	6 417 571
LIQUIDITÉS À LA FIN DE L'EXERCICE	7 206 041	6 094 500
Intérêts payés	(15)	(15 652)
Intérêts reçus	147 056	150 878

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

25 •

Mouvement des fonds propres consolidés pour les exercices clos aux 31 décembre 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	–	–	–	(1 047 729)	–	–	(1 047 729)
Gain sur actions propres	–	–	–	(107 821)	–	–	(107 821)
Différence de conversion	–	–	–	–	69 220	–	69 220
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	–	880 173	880 173
Solde au 31 décembre 2000	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
Dotations à la réserve générale	–	–	57 000	–	–	(57 000)	–
Vente d'actions propres	–	–	–	940 745	–	–	940 745
Perte sur actions propres	–	–	–	18 015	–	–	18 015
Différence de conversion	–	–	–	–	(69 220)	–	(69 220)
Bénéfice de l'exercice	–	–	–	–	–	41 469	41 469
Solde au 31 décembre 2001	828 210	4 141 050	136 000	(196 790)	–	2 852 228	6 932 488

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 comptes annuels de l'exercice 2001 ont été approuvés par le conseil d'administration lors de sa séance du 5 avril 2002.

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

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 26 Annexe relative aux comptes annuels consolidés

1. Activités du Groupe

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

Activité abandonnée – Futur(e) Sàrl, Paris

En juin 2001, le Groupe a cessé la publication du magazine *FUTUR(E)S*. Futur(e)s Sàrl, Paris a été placée en liquidation judiciaire le 29 novembre 2001. Cette participation n'est plus comprise dans les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2001. Agefi Groupe SA 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 a néanmoins décidé de créer une provision pour partie du montant réclamé et des frais juridiques.

2. Principes comptables utilisés

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

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

2.1 Principes de consolidation

Les comptes annuels consolidés incluent les comptes de la société mère et des filiales dans lesquelles le Groupe possède, directement ou indirectement, un intérêt de plus de la moitié des droits de vote ou a le pouvoir d'exercer un contrôle des activités. Toutes les transactions intercompagnies, soldes, profits et pertes latents sur transactions à l'intérieur du Groupe ont été éliminées.

Au 31 décembre 2001, 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
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50
Publications Financières LSI SA	Genève	Edition	100

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

En juillet 2000, Agefi Groupe SA a acquis l'intégralité du capital social de Futur(e)s Sàrl, Paris, en vue de l'édition en France et en Suisse d'un mensuel spécialisé dans la nouvelle économie. Le goodwill d'acquisition de CHF 21 468 avait été entièrement amorti au 31 décembre 2000. En novembre 2001, Futur(e)s Sàrl a été mise en liquidation judiciaire. Cette participation n'est plus comprise dans les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2001. Les résultats de l'activité de Futur(e)s sont présentés sous la rubrique activité abandonnée.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

27 •

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.

2.3 Comptabilisation des revenus

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

2.4 Immobilisations corporelles et incorporelles

Les 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. Aucune perte de valeur durable n'a été constatée durant l'exercice. 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	10 ans
Système internet	5 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

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

Si le Groupe contrôle plus de 20% d'une participation, celle-ci est évaluée selon la méthode de la mise en équivalence. Les autres instruments financiers sont évalués à leur valeur de marché.

2.7 Liquidités

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

2.8 Fonds de pension et indemnités de retraite

Les prestations des fonds de pension du Groupe sont déterminées en fonction des cotisations encaissées.

Les contributions annuelles sont comptabilisées en charge dans le compte de profits et pertes durant l'exercice auquel elles se rapportent.

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 28

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. Un impôt différé actif résultant de pertes fiscales reportables est comptabilisé dans le cas où les économies d'impôts y relatives sont probables; dans le cas inverse, une provision est comptabilisée contre cet actif. Les principales différences temporaires proviennent des amortissements sur immobilisations, des provisions fiscalement admissibles sur débiteurs, ainsi que des pertes fiscales reportables. Les économies d'impôts résultant de pertes reportables ne sont comptabilisées que si la réalisation de ces économies est probable. La provision pour impôts, essentiellement l'impôt anticipé, qui résulte d'une distribution de dividendes, principalement par les filiales, est 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. Le résultat par action de l'exercice 2000 a été modifié afin de tenir compte du split des actions intervenu durant l'exercice 2001 (cinq nouvelles actions pour une ancienne).

2.12 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.

2.13 Chiffres comparatifs

Certains postes du compte de profits et pertes et du tableau de flux de trésorerie 2000 ont été reclassifiés à des fins de comparaison.

3. Immobilisations corporelles nettes

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

en francs suisses	équipement informatique	meublier et agencement	autres	total
VALEUR D'ACQUISITION				
Solde au 1 ^{er} janvier 2001	1 848 480	1 284 476	152 283	3 285 239
Acquisitions durant l'exercice	389 287	548 113	–	937 400
Cessions durant l'exercice (Futur(e)s Sàrl - activité abandonnée)	(173 528)	(301 640)	–	(475 168)
Solde au 31 décembre 2001	2 064 239	1 530 949	152 283	3 747 471
AMORTISSEMENTS CUMULÉS				
Solde au 1 ^{er} janvier 2001	1 489 843	665 850	89 912	2 245 605
Charge d'amortissement pour l'exercice	207 098	103 646	20 791	331 535
Solde au 31 décembre 2001	1 696 941	769 496	110 703	2 577 140
Valeur comptable nette au 31 décembre 2001	367 298	761 453	41 580	1 170 331

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

4. Immobilisation incorporelle nette

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

en francs suisses

VALEUR D'ACQUISITION

Solde au 1 ^{er} janvier 2001	271 468
Goodwill sur activité abandonnée	(21 468)
Solde au 31 décembre 2001	250 000

AMORTISSEMENTS CUMULÉS

Solde au 1 ^{er} janvier 2001	71 468
Goodwill sur activité abandonnée	(21 468)
Charge d'amortissement pour l'exercice	50 000
Solde au 31 décembre 2001	100 000

Valeur comptable nette au 31 décembre 2001 **150 000**
(Swiss Financial Year Book) -----

5. Participations non consolidées

Les participations non consolidées au 31 décembre 2001 se détaillent comme suit:

Nom	Lieu	Activité	%	2001 (CHF)	%	2000 (CHF)
Investissima	Lausanne	–	17	8 500	17	8 500
Futur(e)s Sàrl*	Paris	–	100	–	–	–
Academy & Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	20 000	20	20 000
				28 500		28 500

* Société en liquidation judiciaire

6. Capital-actions

Au 31 décembre 2001, le capital-actions de CHF 4 141 050 se compose de 828 210 actions nominatives de CHF 5 chacune, émises et entièrement libérées. Le 26 avril 2001, Agefi Groupe SA a procédé à un split de ses actions (cinq nouvelles actions pour une ancienne) en réduisant la valeur nominale de CHF 25 à CHF 5.

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.

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 30

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 2001, 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 2001	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 2001, la société a effectué les transactions suivantes sur ses propres actions:

	Achat		Vente	
	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF	Quantité	Prix unitaire moyen en CHF
Janvier	250	483,90	301	511,62
Février	1 189	529,55	3 239	545,49
Juin	49	475,00	49	470,00
Juillet	155	90,00	155	95,00
Août	639	88,91	30	92,50
Septembre	647	65,13	350	65,00
Novembre	148	59,68	–	–
Décembre	2 524	53,33	–	–

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 2001, le Groupe détenait 3 578 actions propres pour un montant total de CHF 196 790. Conformément aux normes IAS, ces actions sont évaluées à leur coût d'acquisition et sont portées en diminution des fonds propres.

6.3. Actionnaires importants

Au 31 décembre 2001, 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	103 344	12,48

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

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 de la provision pour impôts courants et différés se détaillent comme suit:

En francs suisses	Impôts courants	Impôts différés	Total
Solde au 1.1.00	1 080 725	18 160	1 098 885
Paiements en 2000 (y compris impôts sur le capital)	(187 581)	-	(187 581)
Impôts sur le capital	56 364	-	56 364
Impôts sur le bénéfice	385 786	59 061	444 847
Solde au 31.12.00	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

La charge d'impôt attribuable au bénéfice des activités continues est de CHF 728 735 (2000: CHF 1 623 729). Le crédit d'impôt lié à l'activité abandonnée s'élève à CHF 671 483 (2000: CHF 1 178 882).

Au 31 décembre 2001, 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, est due principalement aux pertes fiscales reportables de l'exercice, soit: CHF 233 062.

	CHF	CHF
Charge fiscale selon taux théorique	23 100	368 356
Provision sur perte fiscale reportable	54 537	76 491
Autres	(20 385)	-
Charge fiscale effective	57 252	444 847

Le Groupe a des pertes fiscales reportables s'élevant à CHF 1 309 941 (2000: CHF 1 076 879). Les économies d'impôts qui résulteraient de l'utilisation de ces pertes reportables s'élèvent à CHF 306 526. Ce montant a été entièrement provisionné car la réalisation des économies d'impôts afférente est aléatoire. Ces pertes fiscales seront échues entre 2004 et 2008.

8. Emprunts bancaires

Le Groupe dispose de lignes de crédit pour un total de CHF 850 000. Au 31 décembre 2001, 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 liquidités, les titres, les débiteurs, les participations non consolidées, les autres actifs financiers et les fournisseurs. La valeur au bilan des liquidités 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 usuelles de

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

• 32

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

Les actions propres sont évaluées à la valeur la plus faible du prix d'acquisition et à la valeur du marché à la date de clôture.

La direction considère qu'en l'absence de marché liquide, la juste valeur n'est pas significativement différente de la valeur de marché.

9.2 Risque de crédit

Le Groupe cède la majorité de ses créances à une société de factoring afin de garantir son ducroire. Les actifs qui exposent le groupe au risque crédit comprennent les liquidités, les débiteurs, 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 10 295 981 au 31 décembre 2001 (2000: CHF 13 143 779). Aucun risque de crédit significatif n'est concentré sur une seule contrepartie ou groupe de contrepartie. Le Groupe cherche à limiter le risque crédit en plaçant les fonds à court terme auprès d'établissements bancaires de premier ordre et en transférant son risque crédit sur une société d'affacturage.

10. Revenus nets

Le tableau suivant présente le détail des revenus pour les exercices 2001 et 2000:

en francs suisses	31.12.2001	31.12.2000
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Kiosques	849 689	892 656
Abonnements	3 329 041	3 154 761
Commissions sur ventes en kiosque	(328 459)	(356 064)
	3 850 271	3 691 353
CHIFFRE D'AFFAIRES		
Publicité	15 473 491	16 641 962
Commissions sur publicité	(4 536 653)	(5 077 762)
	10 936 838	11 564 200
Produits divers	1 273 739	1 220 535
Total des revenus nets des activités continues	16 060 848	16 476 088

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 2001 à CHF 259 412 (2000: CHF 283 980). Au 31 décembre 2001, le total des charges de personnel et des charges sociales s'élèvent à CHF 5 460 310 (2000: CHF 4 972 399) pour les activités continues. Pour les activités abandonnées ces charges s'élèvent à CHF 1 828 639 (2000: CHF 1 143 209).

AGEFI GROUPE SA

Comptes consolidés

Le nombre d'employés du Groupe en 2001 et 2000 était le suivant:

	31.12.2001	31.12.2000*
Collaborateurs directs	69	98
Collaborateurs indirects	39	68
	108	166

* y.c. employés magazine FUTUR(E)S.

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).

12. Résultats financiers nets

Les résultats financiers nets se décomposent comme suit :

en francs suisses	31.12.2001	31.12.2000
Résultats sur ventes d'actions propres	(18 015)	107 821
Intérêts créanciers	147 056	150 878
Intérêts débiteurs et frais bancaires	(7 923)	(20 763)
	121 118	237 936

13. Engagements hors bilan

Le Groupe a déménagé durant l'année 2001. Au 31 décembre 2001, les engagements de loyer du Groupe s'élèvent jusqu'en 2006 à CHF 1 707 033 (2000: CHF 1 774 350), dont CHF 335 736 jusqu'au 31 décembre 2002.

14. Evénement subséquent

Le 23 janvier 2002, Agefi Groupe SA a acquis une participation de 47% dans Success & Career SA pour un montant de CHF 1 240 000.

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 22 à 33) d'Agefi Groupe SA ainsi que des sociétés affiliées («le Groupe») pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2001.

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 2001 en conformité avec les «International Accounting Standards» (IAS) 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.

ARTHUR ANDERSEN SA

Mike Sills

Nathalie Coluccio



Lausanne, le 5 avril 2002

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

35 •

Bilan au 31 décembre 2001

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

Actifs

en francs suisses	Notes	31.12.2001	31.12.2000
ACTIFS IMMOBILISÉS			
Participations	2	1 880 675	2 005 675
Immobilisations incorporelles		150 000	200 000
Total des actifs immobilisés		2 030 675	2 205 675
ACTIFS CIRCULANTS			
Débiteurs		20 697	–
Créance société affiliée		519 581	19 581
Dividende à recevoir		400 000	500 000
Actifs transitoires		53 268	60 323
Titres		20 000	20 000
Liquidités		1 479 652	1 597 266
Total des actifs circulants		2 493 198	2 197 170
		4 523 873	4 402 845
Passifs			
FONDS PROPRES			
Capital-actions	3	4 141 050	4 080 000
Réserve générale	3	48 500	38 500
Bénéfice au bilan	3	210 450	174 418
Total des fonds propres		4 400 000	4 292 918
FONDS ÉTRANGERS À COURT TERME			
Fournisseurs		64 438	56 140
Passifs transitoires		38 962	31 463
Provision pour impôts		20 473	22 324
Total des fonds étrangers à court terme		123 873	109 927
		4 523 873	4 402 845

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

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 36 Compte de profits et pertes pour l'exercice clos au 31 décembre 2001

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

en francs suisses	31.12.2001	31.12.2000
PRODUITS		
Chiffre d'affaires net	297 658	–
Dividende	400 000	500 000
Produits financiers	34 654	38 646
Total des produits	732 312	538 646
CHARGES		
Frais généraux	(356 609)	(248 061)
Charges financières	(785)	(769)
Amortissements	(50 000)	(50 000)
Provision sur participation	(250 000)	–
Impôts	(28 886)	(61 949)
Total des charges	(686 280)	(360 779)
Bénéfice de l'exercice	46 032	177 867
BÉNÉFICE/(PERTE) AU BILAN AU DÉBUT DE L'EXERCICE	174 418	(3 449)
Attribution à la réserve générale	(10 000)	–
BÉNÉFICE AU BILAN À LA FIN DE L'EXERCICE	210 450	174 418

(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 2001 s'élevant à CHF 210 450 de la manière suivante:

	CHF
Attribution à la réserve générale	2 500
Report à nouveau	207 950
BÉNÉFICE AU BILAN	210 450

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

Annexe relative aux comptes annuels au 31 décembre 2001

37 •

1. Introduction

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

2. Liste des participations

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

Nom	Lieu	Activité	%	2000 (CHF)	%	1999 (CHF)
Agefi SA	Lausanne	Edition	100	1 560 675	100	1 560 675
Agefi.com SA	Genève	Informations financières via internet	100	200 000	100	200 000
LSI SA	Genève	Edition	100	100 000	100	100 000
AgefiClass SA	Lausanne	Informations et transactions financières via internet	50	–	50	125 000
Academy & Finance SA	Genève	Organisation de séminaires	20	20 000	20	20 000
				1 880 675		2 005 675

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	Bénéfice au bilan	Total
Solde au 1 ^{er} janvier 2001	4 080 000	38 500	174 418	4 292 918
Augmentation de capital par l'exercice d'options des administrateurs et collaborateurs	61 050	–	–	61 050
Dotation à la réserve générale	–	10 000	(10 000)	–
Bénéfice net de l'exercice	–	–	46 032	46 032
Solde au 31 décembre 2001	4 141 050	48 500	210 450	4 400 000

AGEFI GROUPE SA

Comptes annuels

• 38 4. Capital conditionnel

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

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

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 2001, le capital conditionnel d'Agefi Groupe SA se détaillait 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 2001	89 790	448 950

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

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

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan, compte de profits et pertes et annexe – pages 35 à 38) d'Agefi Groupe SA pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2001.

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 sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

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

ARTHUR ANDERSEN SA

Mike Sills

Nathalie Coluccio

M. Sills



Lausanne, le 5 avril 2002