

Lettre aux actionnaires



La croissance des activités est temporairement entravée par la pandémie de Covid-19.
Des mesures d'ensemble pour préserver les liquidités et réduire les coûts.
L'accent est mis sur des projets de croissance dans les domaines de la transition numérique, des données et de l'innovation.
Situation financière solide.

En bref

- Revenus publicitaires : CHF 107.8 millions –29.2% (Suisse –28.6%, International –40.5%)
- EBITDA : CHF –0.2 millions
- EBIT : CHF –5.1 millions
- Résultat net du groupe : CHF –5.1 millions
- Cash flow disponible : CHF 3.0 millions

Chiffres clés

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2020	1 ^{er} semestre 2019	Variation
Revenus publicitaires	107 810	152 262	–29.2%
– Suisse	103 484	144 994	–28.6%
– International	4 326	7 269	–40.5%
Recettes d'exploitation	110 297	153 127	–28.0%
EBITDA	–206	29 741	–100.7%
– en % des recettes d'exploitation	–0.2%	19.4%	
EBIT	–5 092	24 441	–120.8%
– en % des recettes d'exploitation	–4.6%	16.0%	
Résultat net du groupe	–5 066	19 386	–126.1%
– en % des recettes d'exploitation	–4.6%	12.7%	
Cash flow provenant des activités d'exploitation	4 786	12 505	–61.7%
Cash flow disponible¹	2 968	9 807	–69.7%
Investissements immobilisations corporelles	3 018	2 738	10.2%
– supports publicitaires	2 718	2 168	25.4%
– autres immobilisations	300	570	–47.4%
Perte/Bénéfice par action, en CHF	–1.69	6.46	–126.2%

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

EBIT: résultat d'exploitation avant intérêts et impôts

¹ Cash flow provenant des activités d'exploitation (cash flow opérationnel) CHF 4 786 (exercice précédent: 12 505) moins le cash flow provenant des investissements CHF 1 818 (exercice précédent: 2 698), (voir page 12 Flux de trésorerie consolidés)

Madame, Monsieur, chers actionnaires,

Evolution générale des affaires

Le début d'année a d'abord été très satisfaisant pour APG|SGA. En janvier et en février, le chiffre d'affaires a connu une augmentation marquée. Nos projets de développement ont évolué favorablement et nous ont permis d'envisager le reste de l'année avec optimisme.

A partir de mars, l'évolution du chiffre d'affaires et du résultat a considérablement fléchi du jour au lendemain, conséquence directe de la pandémie de Covid-19. Cela est dû aux deux facteurs détaillés ci-dessous, qui sont indépendants de notre volonté.

Premièrement, le modèle commercial d'une société de publicité extérieure se fonde sur la pénétration des médias publicitaires au sein de la population. Dans le cas d'APG|SGA, il s'agit d'espaces publicitaires analogiques ou numériques, notamment dans les espaces publics, les gares ou les aéroports. A partir du mois de mars, les mesures de confinement ordonnées par le Conseil fédéral dans l'intérêt général ont entraîné un effondrement massif de la fréquentation du public dans ces espaces de communication. En conséquence, une base importante de nos activités commerciales a été perdue, et un grand nombre d'annonceurs ont immédiatement annulé leurs campagnes. Deuxièmement, les fermetures de magasins imposées en vertu de l'ordonnance de nécessité pendant la période de confinement ont conduit les fournisseurs à mettre un terme à leurs campagnes publicitaires parce que les clients ne pouvaient plus acheter les marchandises sur place. Les perspectives économiques difficiles prévisibles et la pression des coûts, également pour les annonceurs, ont conduit à une nouvelle restriction des activités publicitaires.

La baisse du chiffre d'affaires qui en a résulté, en particulier au deuxième trimestre, a directement et très durement touché l'entreprise. À cela s'ajoutent les effets sur le résultat dus aux garanties minimales et aux redevances commerciales plus élevées, qui ont des répercussions négatives dans le contexte de cette chute historique des ventes.

Dès le début de la pandémie, nous avons systématiquement mis en œuvre de nombreuses mesures de grande envergure pour préserver les liquidités et réduire les coûts. Nos actionnaires, nos collaboratrices et collaborateurs et nos partenaires contractuels ont fait preuve d'une grande solidarité et ont contribué à soutenir l'entreprise dans cette situation de crise exceptionnelle.

Malgré un contexte général encore difficile et une visibilité limitée pour la période à venir, les facteurs fondamentaux, tant pour la publicité extérieure que pour APG|SGA, restent positifs, comme l'a montré le début de l'année. C'est pourquoi, malgré des mesures d'ensemble strictes en matière de coûts, nous avons notamment poursuivi le développement de nos projets numériques et élargi notre portefeuille de services. En outre, divers contrats de commercialisation ont été signés au cours des derniers mois. Nous sommes donc convaincus que nous disposons de toutes les conditions nécessaires pour renforcer durablement notre position concurrentielle.

Groupe APG|SGA

Au cours du premier semestre 2020, le groupe APG|SGA a généré des revenus publicitaires totales de CHF 107.8 millions, soit une baisse de 29.2% du chiffre d'affaires. Les revenus immobiliers de CHF 0.8 millions sont à peu près équivalents à ceux de la période correspondante de l'exercice précédent. Les autres recettes d'exploitation sont constituées de gains sur la vente d'immobilisations corporelles qui ne sont plus nécessaires et se sont élevées à CHF 1.7 millions au cours de la période considérée, ce qui donne des recettes d'exploitation de CHF 110.3 millions pour le premier semestre 2020, soit une diminution de 28.0%.

Les frais de redevances et commissions en pourcentage des recettes d'exploitation se sont élevés à 63.6% au premier semestre 2020, ce qui est nettement plus élevé que les 50.9% enregistrés à la même période de l'exercice écoulé. Les contrats de concession avec des redevances indépendantes des revenus, combinés à la forte baisse des recettes, sont la principale raison de cette augmentation. Ce chiffre clé est également influencé par l'intensification de la concurrence sur le marché des acquisitions pour les contrats stratégiques.

Les frais de personnel ont été réduits de 15.5% au cours de la période de référence. La suppression des primes, la réduction temporaire de la rémunération des cadres et l'indemnisation du chômage partiel ont contribué à cette réduction. Au cours de la période considérée, les dépenses administratives et d'exploitation ont diminué de 2.4%. Alors que les dépenses pour nos activités traditionnelles ont été réduites d'un pourcentage à deux chiffres, les dépenses pour les projets de croissance dans le portefeuille de services numériques et les plates-formes de réservation et de traitement numériques ont augmenté.

La réduction considérable du chiffre d'affaires causée par les conséquences de la pandémie de Covid-19 a eu de fortes répercussions sur le résultat d'exploitation malgré des mesures strictes de réduction des coûts. L'EBITDA pour la période de référence a été de CHF -0.2 millions (exercice précédent : CHF 29.7 millions) et l'EBIT de CHF -5.1 millions (exercice précédent : CHF 24.4 millions).

La APG|SGA établit ses rapports conformément aux Swiss GAAP RPC et a choisi de ne pas capitaliser les reports de pertes. Ainsi, malgré le résultat ordinaire négatif avant impôt, les recettes fiscales ne sont que peu significatives. Le résultat net du groupe pour le premier semestre 2020 s'élève à CHF -5.1 millions (CHF 19.4 millions pour la même période de l'année précédente).

Cash flow

Un cash flow provenant des activités d'exploitation de CHF 4.8 millions a été réalisé au cours du premier semestre 2020 (CHF 12.5 millions pour la même période de l'exercice précédent). À 61.7%, la baisse a été nettement inférieure à celle du résultat net du groupe, car les créances clients ont fortement diminué.

Le cash flow provenant des activités d'exploitation est soumis à des fluctuations saisonnières et est plus faible au premier semestre qu'au second.

Après déduction du cash flow provenant des investissements de CHF 1.8 millions, le cash flow disponible est de CHF 3.0 millions (exercice précédent : CHF 9.8 millions).

Bilan

Le total du bilan a diminué de CHF 16.7 millions pour atteindre CHF 176.2 millions au cours du premier semestre 2020.

Les actifs immobilisés ont diminué de CHF 3.1 millions pour atteindre CHF 85.8 millions en raison de la baisse des investissements. Les immobilisations incorporelles s'élèvent à CHF 20.3 millions, ce qui correspond à 11.5% de la somme du bilan. Les actifs circulants ont diminué de CHF 13.6 millions, principalement en raison de la baisse significative des créances clients. Au 30.06.2020, les liquidités s'élèvent à CHF 44.9 millions.

Les fonds propres s'élèvent à CHF 72.0 millions, ce qui correspond à un degré d'autofinancement de 40.8%.

Marché suisse

Avec CHF 103.5 millions, les revenus publicitaires d'APG|SGA au cours du premier semestre 2020 ont été inférieurs de 28.6% à ceux de l'exercice précédent. Le déclin a touché tous les segments et toutes les catégories de clients de manière presque égale, les secteurs de la vente par correspondance sur Internet et du commerce de détail s'avérant – ce qui n'est pas surprenant – beaucoup plus robustes. En raison des possibilités de réservation et d'annulation plus souples, la baisse du chiffre d'affaires des offres numériques est comparativement un peu moins prononcée que pour les options publicitaires analogiques. En raison de la fréquentation réduite, les offres dans les espaces de communication des gares, des transports publics et des aéroports ainsi que l'activité de surfaces de promotion ont été plus touchées que la moyenne par des annulations et des demandes d'indemnisation. Les mois de mars, avril et mai ont été particulièrement affectés par la baisse du chiffre d'affaires. Vers la fin du mois de mai et en juin, les premiers signes de reprise sont apparus.

Pour soutenir cette dynamique positive, APG|SGA a lancé dès le début du mois de mai, au moment des premières mesures d'assouplissement du confinement, une vaste campagne de promotion des ventes auprès des PME, pour soutenir et stimuler leurs activités publicitaires. Cette offre « Welcome back out of home » a rencontré un écho considérable et de nombreuses campagnes de courte durée ont été mises en œuvre.

Ces dernières semaines, les premiers signes d'un certain regain d'activité ont été observés dans les agences et chez les annonceurs. C'est pourquoi le chômage partiel chez APG|SGA a été progressivement supprimé afin de créer les conditions d'exploitation nécessaires à une prospection active du marché.

Au cours du premier semestre 2020, de nouvelles zones de branding numérique performantes ont été mises en service dans les principales gares des CFF. Après l'inauguration de six zones de branding exclusif avec 77 « Rail ePanels » dans la gare centrale de Zurich en février, sept autres zones de branding avec 39 nouveaux écrans ont suivi dans les gares de Berne et de Lucerne en juin.

Début juin, APG|SGA a lancé son offre de publicité programmatique en coopération avec la principale plateforme internationale VIOOH. Plus de 500 écrans sont désormais disponibles dans les grandes villes et les gares pour des campagnes programmées et réservées. Cela permet à nos clients de gérer les campagnes numériques de manière très efficace et beaucoup plus souple et de bénéficier d'options de ciblage supplémentaires.

Au cours du premier semestre 2020, APG|SGA a pu continuer à optimiser son portefeuille de contrats dans le cadre de diverses procédures d'appel d'offres et créer de bonnes conditions pour la poursuite de sa croissance. Ainsi, APG|SGA et BLS renouvellent leur partenariat et élargissent encore leur coopération. CarPostal a attribué à notre société le contrat de commercialisation d'espaces publicitaires analogiques sur et dans environ 1 600 véhicules. Avec cette part importante du parc de cars postaux, tant en termes de chiffre d'affaires que de supports publicitaires, la APG|SGA poursuit sa coopération de longue date avec le plus grand exploitant de bus de Suisse dans le secteur des transports publics, soulignant ainsi sa position de numéro un du marché de la publicité dans les transports. Le partenariat fructueux avec l'opérateur de transports publics fribourgeois TPF pour la gestion de nombreuses surfaces publicitaires à des endroits attrayants est également renouvelé.

Marchés internationaux

APG|SGA est active à l'étranger, en Serbie, par l'intermédiaire de sa filiale Alma Quattro d.o.o., qui a contribué à hauteur de 4.0% au chiffre d'affaires du groupe au cours de la période considérée.

Après une augmentation du chiffre d'affaires au cours des premiers mois de l'année par rapport à la même période de l'année précédente, les ventes en Serbie ont également fortement chuté en avril en raison des mesures de confinement liées à la pandémie de Covid-19. Depuis le mois de juin, une lente reprise du chiffre d'affaires a été observée.

La baisse des revenus publicitaires au premier semestre 2020 a été de 37.1% en monnaie locale. En raison de l'affaiblissement du dinar serbe, la baisse en francs suisses a été de 40.5%.

Bien qu'Alma Quattro ait un contrat exclusif à long terme avec Belgrade, la capitale, au début de 2020 un concurrent a obtenu une concession pour exploiter plus de 250 supports publicitaires numériques dans la ville. À notre avis, cette attribution de concession viole la clause d'exclusivité du contrat existant d'Alma Quattro. Une procédure juridique est actuellement en cours pour contester cette attribution. En outre, diverses initiatives ont été lancées au niveau diplomatique pour protéger les investissements et garantir une procédure équitable et la sécurité juridique.

Organisation

Lors de l'Assemblée générale annuelle d'APG|SGA SA le 14 mai 2020, Maya Bundt et Jolanda Grob ont été nouvellement élues au Conseil d'administration. Tous les membres du Conseil d'administration candidats à la réélection ont été confirmés pour une année supplémentaire. Le Conseil d'administration est composé de Daniel Hofer (président), Maya Bundt, Xavier Le Clef, Jolanda Grob, Stéphane Prigent, Robert Schmidli (vice-président) et Markus Scheidegger. Robert Schmidli, Markus Scheidegger et Jolanda Grob ont été élus au comité de rémunération du Conseil d'administration.

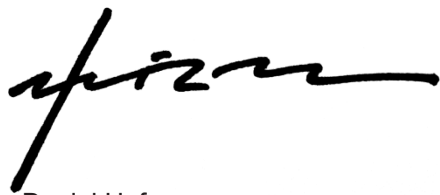
Perspectives

L'assouplissement progressif des mesures restrictives depuis le mois de mai a montré à quel point la population appréciait d'être à nouveau « out of home ». De plus en plus de personnes se déplacent à pied, à vélo, en transports publics et en voiture pour se rendre au travail, à l'école, faire leurs achats et se divertir. C'est une bonne nouvelle pour la visibilité des espaces publicitaires d'APG|SGA et cela entraîne à nouveau une augmentation des demandes de devis et des réservations par les annonceurs. Malgré ces indicateurs positifs, les conditions générales restent toutefois difficiles à évaluer, tant en ce qui concerne le déroulement de la pandémie de Covid-19 que l'évolution de l'économie. Il n'est donc pas possible actuellement d'établir des prévisions fiables concernant la marche des affaires au cours du second semestre.

Le Conseil d'administration et la direction d'entreprise sont convaincus qu'APG|SGA est dans l'ensemble très bien positionnée et qu'elle sortira de cette crise plus forte grâce à son modèle commercial qui a fait ses preuves. Après tout, les facteurs de base décisifs en faveur des médias hors domicile restent inchangés. Ainsi, la forte dynamique dans laquelle se trouve fondamentalement le marché de la publicité extérieure devrait se poursuivre après que la crise en Suisse aura été surmontée. Nous sommes donc convaincus que les perspectives de marché et de rendement à moyen et long terme des activités opérationnelles restent positives pour APG|SGA, qui joue un rôle de premier plan sur le marché des médias hors domicile analogiques et numériques en Suisse.

Nous profitons de cette occasion pour remercier sincèrement les collaboratrices et collaborateurs d'APG|SGA, qui font face de manière exemplaire et avec beaucoup d'engagement, de flexibilité, de discipline et de confiance à cette situation extraordinaire et savent accepter les mesures prises comme le chômage partiel, le travail à domicile et le respect des règles de distance et d'hygiène.

Au nom du Conseil d'administration et de la direction d'entreprise, nous souhaitons également remercier nos actionnaires, nos partenaires commerciaux, nos annonceurs et nos concédants pour leur soutien et leur confiance dans notre entreprise en ces temps difficiles.



Daniel Hofer
Président du Conseil d'administration



Markus Ehrle
Chief Executive Officer

Bilan consolidé

Actifs

en 1 000 CHF	30.06.2020	31.12.2019
Immobilier	31 729	32 576
Supports publicitaires	22 490	22 381
Autres immobilisations corporelles	3 447	4 074
Immobilisations corporelles	57 666	59 031
Impôts différés actifs	1 367	1 351
Autres immobilisations financières	6 532	7 400
Immobilisations financières	7 899	8 751
Goodwill	5 473	5 648
Droits publicitaires contractuels	14 799	15 515
Immobilisations incorporelles	20 272	21 163
Actifs immobilisés	85 837	88 945
Stocks	4 159	3 865
Clients	24 864	44 331
Autres débiteurs	11 183	7 415
Comptes de régularisation de l'actif	5 219	6 547
Liquidités et placements à terme	44 936	41 762
Actifs circulants	90 361	103 920
Total	176 198	192 865

Passifs

en 1 000 CHF	30.06.2020	31.12.2019
Capital-actions	7 800	7 800
Réserves de capital	12 942	13 246
Actions propres	-313	-853
Ecart de conversion	-2 454	-2 098
Bénéfice reporté	53 982	59 048
Capitaux propres	71 957	77 143
Dettes financières	322	350
Provisions	7 320	7 979
Impôts différés passifs	3 008	3 302
Capitaux étrangers à long terme	10 650	11 631
Fournisseurs	5 136	7 989
Impôts dus	2 998	7 265
Autres créanciers	34 624	29 995
Comptes de régularisation du passif	49 902	56 454
Provisions	931	2 388
Capitaux étrangers à court terme	93 591	104 091
Capitaux étrangers	104 241	115 722
Total	176 198	192 865

Compte de profits et pertes consolidé

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2020	1 ^{er} semestre 2019	Variation
Revenus publicitaires	107 810	152 262	-29.2%
Revenus immobiliers	826	839	-1.5%
Autres revenus d'exploitation	1 661	26	
Recettes d'exploitation	110 297	153 127	-28.0%
Redevances et commissions	-70 153	-77 953	-10.0%
Frais de personnel	-25 834	-30 566	-15.5%
Frais d'exploitation et d'administration	-14 516	-14 867	-2.4%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	-206	29 741	-100.7%
Amortissements des immobilisations corporelles	-4 246	-4 644	-8.6%
Amortissements des immobilisations incorporelles	-465	-481	-3.3%
Amortissements goodwill	-175	-175	
Résultat d'exploitation (EBIT)	-5 092	24 441	-120.8%
Résultat financier	-85	-2	
Résultat des entités sous contrôle conjoint		-130	
Résultat ordinaire avant impôts sur les bénéfices	-5 177	24 309	-121.3%
Impôts sur les bénéfices	111	-4 923	
Résultat net du groupe	-5 066	19 386	-126.1%
Perte/Bénéfice par action de base et dilué, en CHF	-1.69	6.46	-126.2%

Capitaux propres consolidés

en 1 000 CHF	Capital- actions	Réserves de capital	Actions propres	Ecart de conversion	Bénéfice reporté	capitaux propres
au 01.01.2019	7 800	13 449	-748	-1 461	77 171	96 211
Résultat net du groupe					19 386	19 386
Différences de conversion				-253		-253
Distributions					-59 955	-59 955
Achat d'actions propres			-342			-342
Vente d'actions propres		-215	911			696
Coûts de transaction intégrés aux capitaux propres		-4				-4
au 30.06.2019	7 800	13 230	-179	-1 714	36 602	55 739
au 01.01.2020	7 800	13 246	-853	-2 098	59 048	77 143
Résultat net du groupe					-5 066	-5 066
Différences de conversion				-356		-356
Achat d'actions propres			-370			-370
Vente d'actions propres		-300	910			610
Coûts de transaction intégrés aux capitaux propres		-4				-4
au 30.06.2020	7 800	12 942	-313	-2 454	53 982	71 957

Flux de trésorerie consolidés

en 1 000 CHF	1 ^{er} semestre 2020	1 ^{er} semestre 2019
Résultat net du groupe	-5 066	19 386
Amortissements	4 886	5 300
Variation des provisions	-704	-187
Variation des impôts différés	-305	-358
Résultat financier sans effet sur les liquidités	46	20
Bénéfices sur vente d'actifs	-1 661	-25
Résultat des entités sous contrôle conjoint		130
Variation des stocks	-300	-995
Variation des clients et autres débiteurs	15 555	-2 027
Variation des comptes de régularisation actif	1 295	-4 821
Variation des fournisseurs et autres créanciers	-2 432	305
Variation des comptes de régularisation passif	-6 528	-4 223
Cash flow provenant des activités d'exploitation	4 786	12 505
Acquisitions d'immobilisations	-3 018	-2 738
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-1 324	-24
Ventes d'immobilisations corporelles	1 711	30
Produit de la cession d'autres immobilisations financières	813	34
Cash flow provenant des investissements	-1 818	-2 698
Achat d'actions propres	-370	-342
Vente d'actions propres	606	692
Remboursement des dettes financières à long terme	-22	
Dividendes aux actionnaires APG SGA SA		-59 956
Cash flow provenant du financement	214	-59 606
Différence de change sur les liquidités	-8	2
Variation de trésorerie	3 174	-49 797
Liquidités au 1 ^{er} janvier	41 762	60 128
Liquidités au 30 juin	44 936	10 331

Notes relatives aux comptes consolidés

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

Le présent rapport intermédiaire comprend le bilan semestriel non révisé pour la période s'achevant le 30 juin 2020. Les états financiers consolidés semestriels ont été établis conformément aux exigences concernant les états financiers intermédiaires selon Swiss GAAP RPC 31 *Recommandation complémentaire pour les sociétés cotées*, qui admet que les indications et la présentation soient condensées, et conformément au Règlement de cotation de la bourse suisse SIX.

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

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

Notre activité est soumise à des fluctuations saisonnières.

Modification du périmètre de consolidation et parts minoritaires

Au premier semestre 2020, le périmètre de consolidation n'a pas été modifié par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

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

Modification des capitaux propres

Le 14 mai 2020, l'Assemblée générale a décidé qu'aucun dividende ne serait versé pour l'exercice 2019 en raison de la crise actuelle de Covid-19.

Calendrier

Publication des résultats annuels 2020 et du rapport de gestion

Lundi 15 mars 2021

Conférence de presse et conférence destinée aux analystes

Lundi 15 mars 2021, Zurich

Assemblée générale

Mercredi 28 avril 2021, Genève

Publication des résultats semestriels 2021

Jeudi 29 juillet 2021

Renseignements

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

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

Explication des termes financiers

Cash flow disponible

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

Degré d'autofinancement

Capitaux propres en % du total du bilan

EBIT

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

EBITDA

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

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



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

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

Imprimé en Suisse
Juillet 2020
Tous droits réservés

