

Chiffre d'affaires du premier semestre 2006 : + 36,2%

Le chiffre d'affaires consolidé pour le premier semestre de l'année 2006 du Groupe NextRadioTV s'élève à 26,7 millions d'euros et enregistre une progression de 36,2 % par rapport à la même période de l'année précédente.

La répartition par activités du chiffre d'affaires consolidé se décompose de la manière suivante :

en millions d'euros	30/06/2006 (6 mois)	30/06/2005 (6 mois)	Variation en %
Recettes Publicitaires radio	23,6	18,9	24,9%
Recettes Publicitaires télévision	2,2	-	-
Autres prestations de services :	0,9	0,7	28,6%
Total Chiffre d'affaires	26,7	19,6	36,2%

Recettes Publicitaires radio :

Le chiffre d'affaires publicitaire radio enregistre au premier semestre 2006 une progression de 24,9%, dans un marché dont la progression sur la même période est proche de 0.

RMC a bénéficié de la progression régulière de son audience, confirmée lors de la publication des résultats de la vague janvier/mars de l'étude radio Médiamétrie, ainsi que par les bonnes performances commerciales de la station, en particulier lors de la couverture des JO de Turin et de la Coupe du Monde de Football.

BFM a elle aussi vu son chiffre d'affaires progresser à un rythme soutenu, grâce notamment au développement de la publicité business to business.

Recettes Publicitaires TV:

Le chiffre d'affaires publicitaire de BFM TV s'élève pour le premier semestre 2006 à 2,2 M€, ce qui représente l'une des meilleures performances des nouvelles chaînes créées lors du lancement de la TNT.

A ce jour, près de 3,8 M€ de chiffre d'affaires publicitaire a d'ores et déjà été réalisé par BFM TV au titre de l'exercice en cours, soit un montant supérieur au budget annuel.

Perspectives :

Les derniers résultats d'audience communiqués par Médiamétrie pour la période avril/juin créditent RMC de deux records depuis sa relance : 4,9% d'audience cumulée et 4,2% de part d'audience, en progression respective de +20% et de +27% par rapport à la même période de l'année 2005.

RMC profite de la couverture exceptionnelle mise en place lors de la Coupe du Monde de Football.

A cette occasion et pour la première fois de son histoire, RMC devance Europe 1 sur les auditeurs de moins de 50 ans.

Ces bons résultats permettent d'escompter une dynamique commerciale favorable de la radio pour le second semestre.

L'activité de BFM reste toujours bien orientée. Le second semestre devrait par ailleurs bénéficier de la commercialisation d'événements BFM.

Les derniers résultats d'audience communiqués par Médiamétrie pour la période avril/juin créditent BFM TV d'une audience cumulée semaine de 4,8 millions de téléspectateurs. La chaîne profite largement du succès de la TNT, et devance en audience I-Télévision sur les foyers TNT.