



Résultats semestriels au 30 juin 2009

Le 27 juillet 2009

Liminaires

Les informations et prévisions du Groupe NextRadioTV contenues dans cette présentation peuvent être sujettes à des incertitudes et à un certain nombre de risques.

Les indications sur les résultats et les performances du Groupe NextRadioTV ne doivent pas être considérées comme des indicateurs sur les performances futures.

Le présent document ne doit pas être publié, transmis ou distribué, directement ou indirectement aux Etats-Unis, au Canada, au Japon ou en Australie.

Sommaire

- 1 Introduction
- 2 Résultats semestriels du Groupe
- 3 Activité Radio
- 4 BFM TV
- 5 Groupe 01
- 6 Optimisation de la flexibilité financière
- 7 Perspectives du Groupe et objectifs 2010

Annexe

Bilan simplifié au 30 juin 2009

1. Introduction

- **Bonne résistance des activités Radio et TV – restructuration terminée pour Groupe 01**
 - _ Un marché publicitaire très difficile dans un contexte de crise économique
 - _ CA de l'activité Radio de 27,7M€ en baisse de 7%, marge opérationnelle de 26%
 - _ Croissance de 55% du CA de BFM TV
 - _ Baisse de 25% du CA de Groupe 01 et perte opérationnelle dans un contexte de crise de la presse à laquelle s'est ajoutée l'arrêt du contrat Yahoo!

- **Faible visibilité mais perspectives solides**
 - _ Embellie sur le marché publicitaire aux mois de juin et juillet
 - _ Monétisation attendue des niveaux d'audience records pour RMC, troisième radio commerciale de France devant NRJ, avec 6,0% de part d'audience contre 5,4% au troisième trimestre 2008
 - _ Part d'audience nationale de 0,9% de BFM TV qui pourrait atteindre l'équilibre opérationnel dès le quatrième trimestre 2009
 - _ Restructuration terminée – objectif de retour à la rentabilité opérationnelle dès le 4ème trimestre 2009

- **Augmentation de capital de 20M€**
 - _ Lancement prochain d'une augmentation de capital entièrement garantie de 20M€
 - _ Structure bilancielle du Groupe renforcée et accompagnement de la stratégie de développement de NextRadioTV dans une conjoncture difficile

2. Résultats semestriels du Groupe

CA de 59,7M€, en recul de 6% compte tenu d'un effet de base défavorable

Eléments de compte de résultat			
En M€	30-juin-09	30-juin-08	Var.
Radio	27,7	29,9	(2,2)
<i>Variation</i>			(7%)
TV	12,2	7,9	4,3
<i>Variation</i>			55%
Groupe 01	18,6	24,7	(6,1)
<i>Variation</i>			(25%)
Non sectorisable	1,2	0,9	0,3
<i>Variation</i>			29%
CA du Groupe⁽¹⁾	59,7	63,5	(3,7)
<i>Variation</i>			(6%)
Radio	7,2	10,8	(3,6)
<i>Marge</i>	26%	36%	
TV	(5,0)	(5,6)	0,6
<i>Marge</i>			
Groupe 01	(2,3)	1,8	(4,1)
<i>Marge</i>		7%	
Non sectorisable	0,3	1,1	(0,8)
Résultat opérationnel⁽¹⁾⁽²⁾	0,1	8,1	(8,0)
<i>Marge</i>	0%	13%	
Autres charges et produits opérationnels	(6,2)	1,0	(7,2)
Autres éléments non récurrents	(0,4)	(0,6)	0,2
Coût de l'endettement financier net	(2,6)	(1,6)	(1,0)
Impôt	2,8	(2,2)	5,0
Résultat net	(6,2)	4,7	(10,9)

Commentaires

- **Groupe**
 - CA consolidé de 59,7 M€ au 30 juin 2009, en baisse de 6%
 - ROC retraité des actions gratuites de 0,1M€
 - Charge de 6,2M€ liée à la réorganisation de Groupe 01
 - Augmentation des frais financiers (2,6M€ dont 0,5M€ non cash) en raison d'un effet défavorable des contrats de swap
 - Résultat net en perte de 6,2M€ après prise en compte notamment d'une charge de restructuration de 6,2M€
- **Radio**
 - Baisse modérée de 7% du CA dans un marché en baisse de 15 à 20%
 - Marge opérationnelle de 26%
- **BFM TV**
 - Croissance du CA de 55%
 - Perte opérationnelle en recul de 0,6 M€ à (5,0)M€
- **Groupe 01**
 - Recul du CA de 25% sous l'effet de l'arrêt du contrat Yahoo! et de la crise de la presse
 - Restructuration achevée

(1) Retraité de la cession du Pôle Arts Graphiques (CA de 0,8M€ et ROC de 0,1M€ en 2008)

(2) Hors actions gratuites (0,4M€ au 30 juin 2009)

3. Activité Radio – Audience RMC

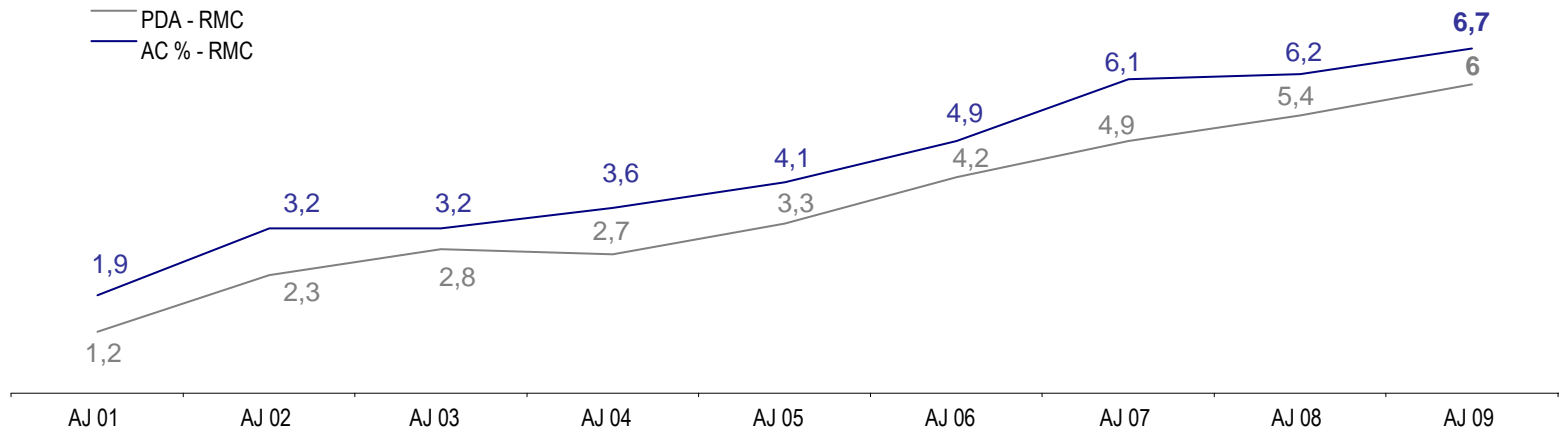
Troisième radio commerciale de France, N°1 sur les Hommes 25-49 ans

Le plus haut niveau d'audience cumulée jamais atteint par RMC

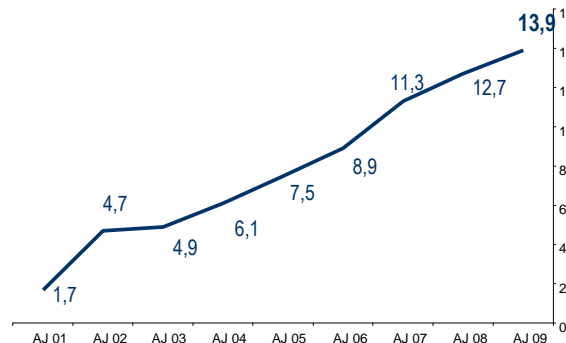
En Avril-Juin 2009, RMC atteint 6,7% d'audience cumulée 13+

N°1 sur les Hommes 25-49 ans

Evolution de l'audience de RMC (1)



Evolution de l'audience RMC sur Hommes 25-49 ans (2)



Commentaires

- ❑ 3ème radio privée de France en PDA devant NRJ, Nostalgie, Skyrock, Fun Radio, Virgin Radio
- ❑ **Durée d'écoute** : 130 minutes en moyenne par jour
- ❑ **Plus forte progression** du paysage radio : +9% d'audience cumulée soit 288 000 nouveaux auditeurs en 1 an sur RMC

(1) Source : Médiamétrie 126 000 – AC en % et Pda %- 13+/15+ - 5H/24H – LâV – depuis AJ 01

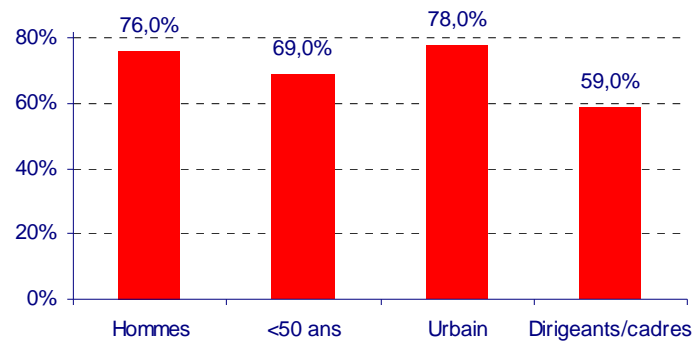
(2) Source : Médiamétrie 126 000 – AC en % - 13+/15+ - 5H/24H – LâV – hommes 25/49 ans

3. Activité Radio – Audience BFM Radio

BFM Radio - Un auditeur aisé, cadre, jeune, masculin, urbain

*Une structure
d'audience
exceptionnelle*

Structure d'audience de BFM Radio



Source : IPSOS FCA 2008 radio – *Accumulation d'audience Lundi au dimanche – total 4h-4h

**Audience cumulées L à V – 5h-24h Ensemble des cadres actifs.

Chiffres clés

- 336 000 cadres / sem*
- 151 000 cadres / jour**
- 59% des auditeurs de BFM Radio dirigeants et cadres en entreprises

3. Activité Radio – Résultats semestriels

Le pôle Radio résiste bien à la crise

Chiffres clés du premier semestre

En M€	30-juin-09	30-juin-08	Variation
Chiffre d'affaires	27,7	29,9	(2,2)
<i>Variation</i>			<i>(7%)</i>
Charges externes	(9,3)	(8,2)	(1,2)
<i>Variation</i>			<i>14%</i>
Charges de personnel	(10,2)	(9,9)	(0,3)
<i>Variation</i>			<i>3%</i>
Autres charges	(1,0)	(1,1)	0,1
<i>Variation</i>			<i>(8%)</i>
Charges totales	(20,5)	(19,2)	(1,4)
<i>Variation</i>			<i>7%</i>
Résultat opérationnel ⁽¹⁾	7,2	10,8	(3,5)
<i>Marge</i>	<i>26%</i>	<i>36%</i>	

(1) Hors actions gratuites

Perspectives

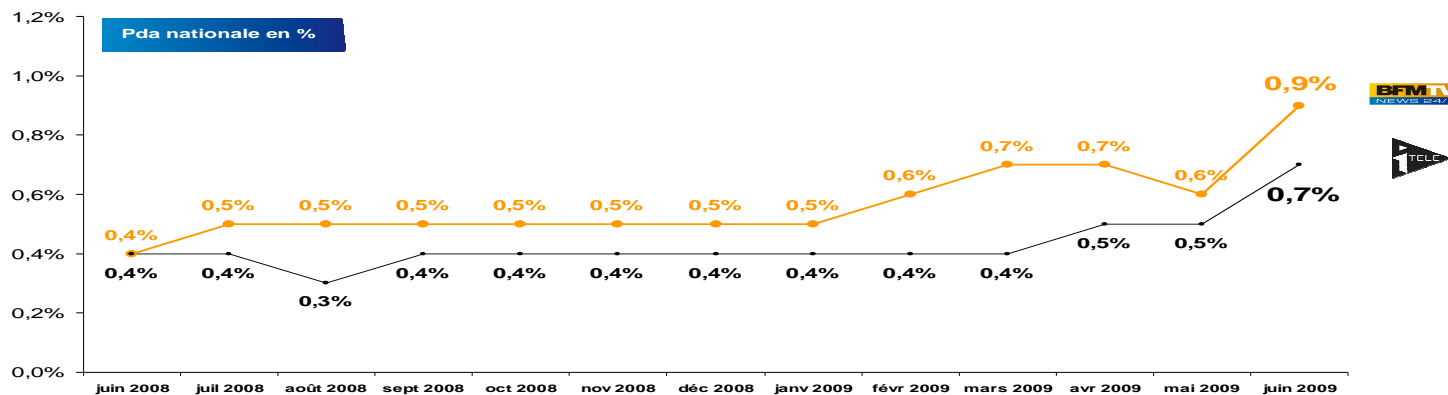
- ❑ Les niveaux d'audience records de RMC devraient soutenir le CA au deuxième semestre 2009
- ❑ RMC et BFM Radio en bonne position pour profiter d'une éventuelle embellie du marché publicitaire au second semestre 2009
- ❑ Leviers de croissance du chiffre d'affaires en 2010 : une année riche en événements sportifs (JO d'hiver et Coupe du Monde de Football) et libéralisation des paris en ligne

Commentaires

- ❑ Recul du CA Radio de 7% dans un marché en baisse de 15 à 20%
 - _ NRJ Group en baisse de 19%
 - _ Lagardère en baisse de plus de 15%
- ❑ Marge opérationnelle élevée de 26% dans une conjoncture difficile
- ❑ RMC : baisse modérée de 5% des revenus publicitaires en l'absence d'événement sportif majeur
- ❑ Augmentation des charges externes de 1,2M€

4. BFM TV – 1^{ère} chaîne d'info de France

BFMTV, 1 an de leadership national



Source : Médiamétrie Médiamat - Pda Nationale - Lundi-Dimanche, 3h-27h / Juin 2009

Chiffres clés

1,5% → PDA TNT

vs 0,9% I>télé

0,9% → PDA Nationale

vs 0,7% I>télé

**23 523 000 Téléspectateurs
par mois sur BFMTV**

Source : Médiamétrie Médiamat - Lundi-Dimanche, 3h-27h
Juin 2009

Avance confortable sur ses concurrents (audience au ¼ d'heure moyen)



67 186



57 902

**+ 16% vs
I>Télé**



26 578

**+ 156% vs
LCI**

Source : Médiamétrie, Lundi-Dimanche, 6h-25h : Médiamat – 4 ans et+ - Mai-Juin 2009

4. Résultats de BFM TV

Augmentation de 55% du chiffre d'affaires – Réduction des pertes

Chiffres clés du premier semestre			
En M€	30-juin-09	30-juin-08	Variation
Chiffre d'affaires	12,2	7,9	4,3
<i>Variation</i>			55%
Charges externes	(7,0)	(6,4)	(0,6)
<i>Variation</i>			9%
Charges de personnel	(9,1)	(6,6)	(2,5)
<i>Variation</i>			37%
Autres charges	(1,2)	(0,5)	(0,7)
<i>Variation</i>			136%
Charges totales	(17,2)	(13,5)	(3,7)
<i>Variation</i>			27%
Résultat opérationnel ⁽¹⁾	(5,0)	(5,6)	0,6
<i>Marge</i>			

(1) Hors actions gratuites

Commentaires

- ❑ Augmentation de 55% du chiffre d'affaires dans un contexte de crise du marché publicitaire de la TV
 - ❑ Recettes publicitaires en baisse pour les chaînes TNT de Lagardère vs T1 2009
 - ❑ Recettes publicitaires en baisse de 23% pour TF1 vs S1 2008
- ❑ Recul de la perte opérationnelle de 0,6M€
- ❑ Augmentation des charges de personnel de 2,3M€ en raison notamment de l'effet « année pleine » des embauches
- ❑ Augmentation des charges externes et autres charges d'exploitation en raison notamment de l'augmentation de la diffusion en « live »

Perspectives

- ❑ Malgré une faible visibilité, la tendance de progression du CA est la même pour juillet 2009
- ❑ Progression continue de la part d'audience de BFM TV
- ❑ Stabilisation des charges opérationnelles
- ❑ Maintien de l'objectif d'atteindre l'équilibre d'exploitation en 2010 et de s'en rapprocher dès le dernier quadrimestre 2009



5. Groupe 01 – Point sur la réorganisation

Une réorganisation permettant d'économiser environ 5M€ par an
Mise en place du modèle web / print

Un pôle web leader sur l'information High-Tech

01net. 6 115 000 VU (Médiamétrie Netratings mars 2009)

01men. 672 000 VU (Médiamétrie Netratings mai 2009)

Un pôle presse leader sur l'information High-Tech



N°1 de la presse informatique d'entreprise



966 000 lecteurs par semaine (AEPM année 2008)



1 149 000 lecteurs (AEPM année 2008)

Le 1er Groupe d'information High-Tech en France

- Rapprochement des rédactions Web et Print pour créer le 1^{er} Groupe d'information High Tech en France
- Optimisation de la structure des coûts
 - Réduction d'effectifs
 - Arrêt de certains partenariats non rentables à fin juin 2009
 - Economie en année pleine d'environ 5M€

5. Groupe 01 – Résultats semestriels

Effets de la réorganisation attendus dès le 2^{ème} semestre 2009

Chiffres clés du premier semestre

En M€	30-juin-09	30-juin-08	Variation
Chiffre d'affaires	18,6	24,7	(6,1)
Variation			(25%)
Charges externes	(10,5)	(11,8)	1,3
Variation			(11%)
Charges de personnel	(9,9)	(10,5)	0,6
Variation			(6%)
Autres charges	(0,7)	(0,5)	(0,2)
Variation			30%
Charges totales	(20,9)	(22,7)	1,8
Variation			(8%)
Résultat opérationnel ⁽¹⁾	(2,3)	1,8	(4,2)
Marge		7%	

(1) Hors actions gratuites

Commentaires

- ❑ Baisse du CA de 25% dans un contexte de crise du marché publicitaire de la presse
- ❑ Effets négatifs de l'arrêt du contrat Yahoo!
- ❑ Perte opérationnelle de 2,3M€ au 30 juin 2009

Perspectives

- ❑ Réorganisation accélérée de Groupe 01 et plan d'économie dans un contexte de crise du marché publicitaire de la presse
- ❑ Une rédaction Web/Print pour gérer le transfert du papier vers le web
- ❑ Réduction de charges d'environ 5M€ devant permettre de retrouver la rentabilité opérationnelle dès le quatrième trimestre 2009
- ❑ Profitabilité en 2010

6. Optimisation de la flexibilité financière

Augmentation de capital de 20M€ permettant de renforcer la structure de bilan du Groupe dans une conjoncture difficile et d'assurer sereinement son développement

- ❑ **Lancement prochain d'une augmentation de capital de 20M€**
 - _ Opération avec maintien du droit préférentiel de souscription

- ❑ **Opération entièrement garantie**
 - _ Principalement par WMC, holding de contrôle d'Alain Weill
 - _ Alpha Radio B.V. et/ou Alain Blanc-Brude
 - _ Participation du Groupe Marc de Lacharrière soulignant ainsi sa volonté d'accompagner le Groupe d'Alain Weill dans sa stratégie de développement

- ❑ **Optimisation de la flexibilité financière de NextRadioTV**
 - _ Amélioration immédiate des ratios d'endettement de NextRadioTV
 - _ Aucun remboursement sur l'OBSAAR avant fin 2011 (Tranche 1 de 15M€)
 - _ Pas de test de covenant pouvant entraîner une exigibilité anticipée de l'OBSAAR avant début 2011
 - _ Marges de manœuvre préservées

7. Perspectives du Groupe et objectifs 2010

Des perspectives favorables pour 2010

- ❑ **Un pôle radio bien positionné pour l'exercice 2010**
 - _ Monétisation des niveaux d'audience records de RMC
 - _ Leviers de croissance du chiffre d'affaires avec la Coupe du Monde de Football et la libéralisation des paris en ligne
 - _ Objectif de marge opérationnelle⁽¹⁾ de 30% pour 2010

- ❑ **BFM TV en route pour l'équilibre opérationnel en 2010**
 - _ Leadership sur le segment des chaînes d'information
 - _ Maintien de l'objectif d'équilibre opérationnel⁽¹⁾ pour 2010

- ❑ **Adaptation du modèle Groupe 01 à la crise**
 - _ Mise en place du modèle Web/Print
 - _ Optimisation de la structure de coûts
 - _ Objectif de retour à la rentabilité opérationnelle⁽¹⁾ sur l'exercice 2010

- ❑ **Une structure financière adéquate après l'augmentation de capital de 20M€**
 - _ Structure de bilan du Groupe renforcée et adaptée à un environnement de crise économique

(1) Hors actions gratuites

Annexe – Bilan simplifié du Groupe

Bilan simplifié			
	30-juin-09	31-déc.-08	30-juin-08
Goodwill	121,7	121,7	121,7
Autres immo. incorporelles	1,7	1,8	1,6
Immobilisations corporelles	5,6	6,1	6,1
Prêts et créances	1,5	1,3	1,0
Actifs d'impôts différés	30,7	27,8	26,4
Actifs non courants	161,2	158,7	156,8
FDR d'exploitation	(13,0)	(7,1)	5,4
Trésorerie et équivalents	10,7	9,9	11,8
Actifs courants	(2,3)	2,7	17,2
Total Actifs	158,9	161,4	174,0
Capitaux propres Groupe	92,0	99,1	99,8
Intérêts minoritaires	0,6	0,8	0,5
Capitaux propres	92,6	99,9	100,3
Provisions	10,4	5,9	7,2
Passifs financiers	55,9	55,6	66,6
Total Passif	158,9	161,4	174,0

Commentaires

- Amélioration significative du recouvrement clients au premier semestre 2009 et par conséquent du FDR d'exploitation, à hauteur de 5,9M€
- Niveau de trésorerie de 10,7M€ avant mise en place de la restructuration de Groupe 01
- Dette financière nette de 45,2M€ au 30 juin 2009 contre 54,8M€ un an auparavant



Notes



Notes
