

CA du premier trimestre 2011

Chiffre d'affaires du Groupe de 34,7M€ en progression de 14%
Perspectives favorables pour le premier semestre 2011

| En M€ | T1 2011 | T1 2010 | Variation | |
|------------------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| Radio | 15,7 | 13,6 | 2,1 | +15% |
| TV ⁽¹⁾ | 10,2 | 8,1 | 2,1 | +25% |
| Groupe 01 ⁽²⁾ | 8,5 | 8,6 | (0,1) | -1% |
| Autres activités | 0,3 | 0,1 | 0,2 | +200% |
| Total Chiffre d'affaires | 34,7 | 30,4 | 4,3 | +14% |
| Autres produits de l'activité | 0,3 | 0,3 | | |
| Total CA et autres produits | 35,0 | 30,7 | 4,3 | +14% |

(1) Pôle TV intégrant le chiffre d'affaires de BFM TV et BFM Business TV
(2) Groupe 01 intégrant le chiffre d'affaires web de RMC, RMC Sport, BFM TV et BFM Business

Pôle RADIO (+15%) : Surperformance par rapport au marché

Dans un marché publicitaire radio en hausse d'environ 5%, le pôle Radio du Groupe enregistre une progression de 15% de son chiffre d'affaires, surperformant ainsi très largement le marché, tant RMC que BFM Business Radio.

RMC a bénéficié d'une revalorisation importante de ses tarifs et d'un effet de base favorable (paris en ligne libéralisés en juin 2010). BFM Business Radio a profité pour sa part de la dynamique commerciale autour du lancement de BFM Business TV.

En l'absence d'événement sportif majeur, la croissance de l'activité devrait toutefois rester orientée à la hausse au deuxième trimestre 2011 notamment grâce à l'excellente dynamique d'audience de RMC : troisième radio commerciale de France avec 6,2% de PDA sur la vague janvier-mars 2011.

Pôle TV : Un chiffre d'affaires en hausse de 25%

Après le lancement de BFM Business TV, le Pôle TV regroupe désormais BFM TV et BFM Business TV.

La croissance du chiffre d'affaires de BFM TV a été ralentie (+18%) par la volonté du Groupe visant à revaloriser l'espace publicitaire de la chaîne. Cette nouvelle politique commerciale portera ses fruits dès le deuxième trimestre avec une croissance largement supérieure à celle du premier trimestre. Bénéficiant d'une actualité internationale particulièrement riche, BFM TV s'est imposée avec plus de 9 millions de téléspectateurs quotidiens, comme la première marque d'information du pays en confortant sa position de première chaîne d'information de France.

Les premiers mois d'exploitation de BFM Business TV confirment son potentiel de relais de croissance pour le Groupe et les objectifs commerciaux fixés pour 2011.

Groupe 01 : Croissance à deux chiffres sur le web

Comme annoncé lors des résultats annuels, Groupe 01 devient la plateforme numérique du Groupe et regroupe désormais 01 Net et les activités numériques de RMC, RMC Sport, BFM TV et BFM Business. Groupe 01 met ainsi en commun le savoir-faire technique, marketing et éditorial du Groupe NextRadioTV. L'objectif est de faire du Groupe 01 le premier pôle d'information sur internet du pays d'ici 2013.

Parallèlement, Groupe 01 poursuit le transfert de l'activité Print vers le numérique. Comme attendu, le chiffre d'affaires de l'activité Print a baissé au premier trimestre. L'activité web a quant à elle affiché une croissance à deux chiffres, bénéficiant notamment de la bonne dynamique d'audience de 01 Net.