



Résultats annuels 2012

Groupe NextRadioTV

Le 26 mars 2013

1. Introduction	3
2. Faits marquants	6
3. Présentation des résultats	17
4. Perspectives	26
5. Annexes	31



| 1. Introduction

RMC RADIO OFFICIELLE DE 2012



| 2. Faits marquants

Chiffres clés

<i>En M€</i>	<u>2012</u>	<u>2011⁽¹⁾</u>	<u>Var. (%)</u>
Chiffre d'affaires	172,3	154,5	12%
Chiffre d'affaires hors Print	157,3	134,6	17%
EBITDA	26,5	24,1	10%
Résultat net	14,0	8,1	73%
Dividende / action proposé à l'AG	33c	30c	10%

(1) Résultats 2011 retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012 – impact de -2,8 M€ de chiffre d'affaires et -0,3 M€ d'EBITDA

Faits marquants – Division Radio

⇒ **+34% de marge d'EBITDA en 2012**

- ❑ **+8%** de CA dans un marché publicitaire en retrait de -1,2%⁽¹⁾
- ❑ EBITDA en croissance de **+22%** : 25,2 M€ vs. 20,6 M€ en 2011



- ❑ **RMC surperforme le marché radio**
 - **Record d'audience avec 8,0% d'AC** et 6,6% de PDA⁽²⁾



- ❑ **BFM Business Radio, 1^{ère} radio de France des CSP+**
 - Stabilisation des recettes dans un contexte défavorable
 - **Plus forte progression d'audience** des radios privées **sur la cible Premium** avec **+34,2%** ⁽³⁾

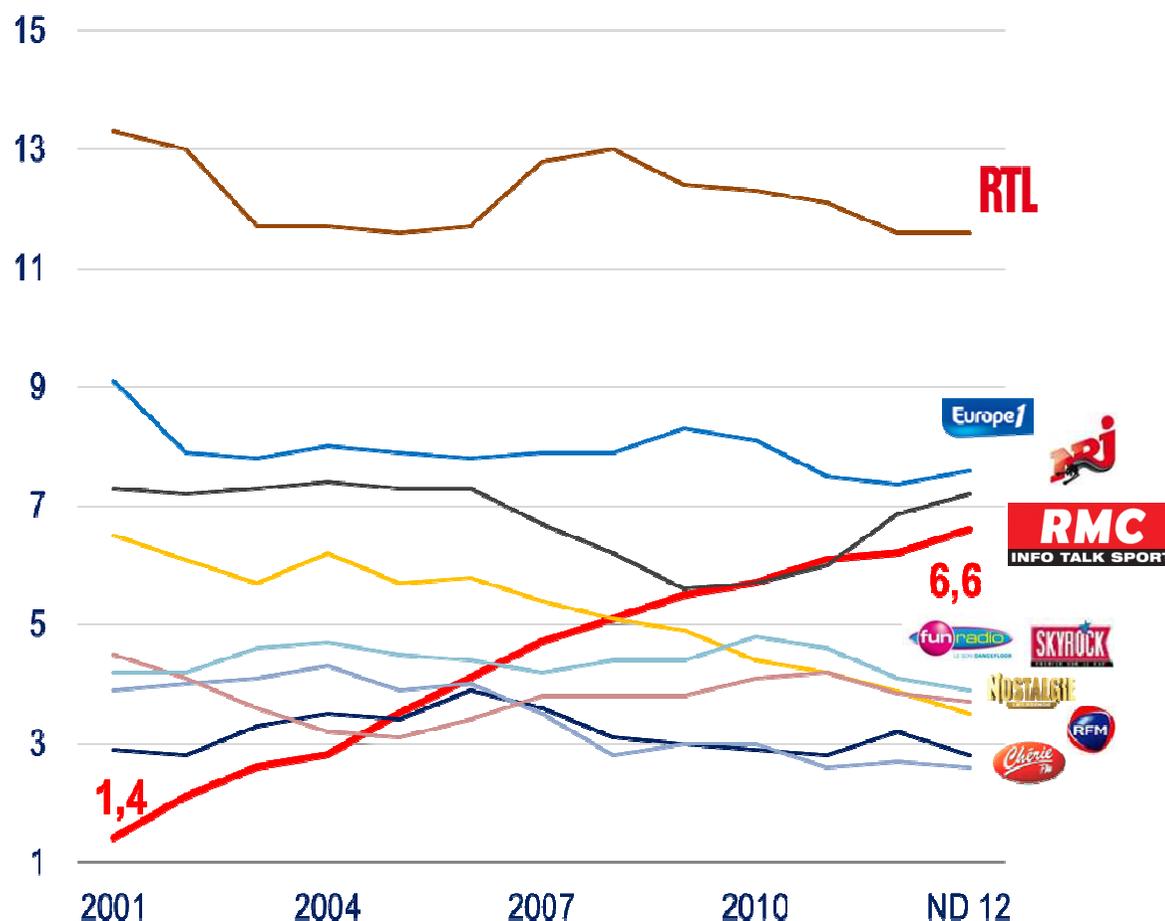
(1) IREP – Le marché publicitaire français en 2012

(2) Médiamétrie 126 000 Radio – novembre-décembre 2012 / LàV – 5h/24h

(3) Audience régulière (tous les jours ou presque) – Audipresse Premium 2012

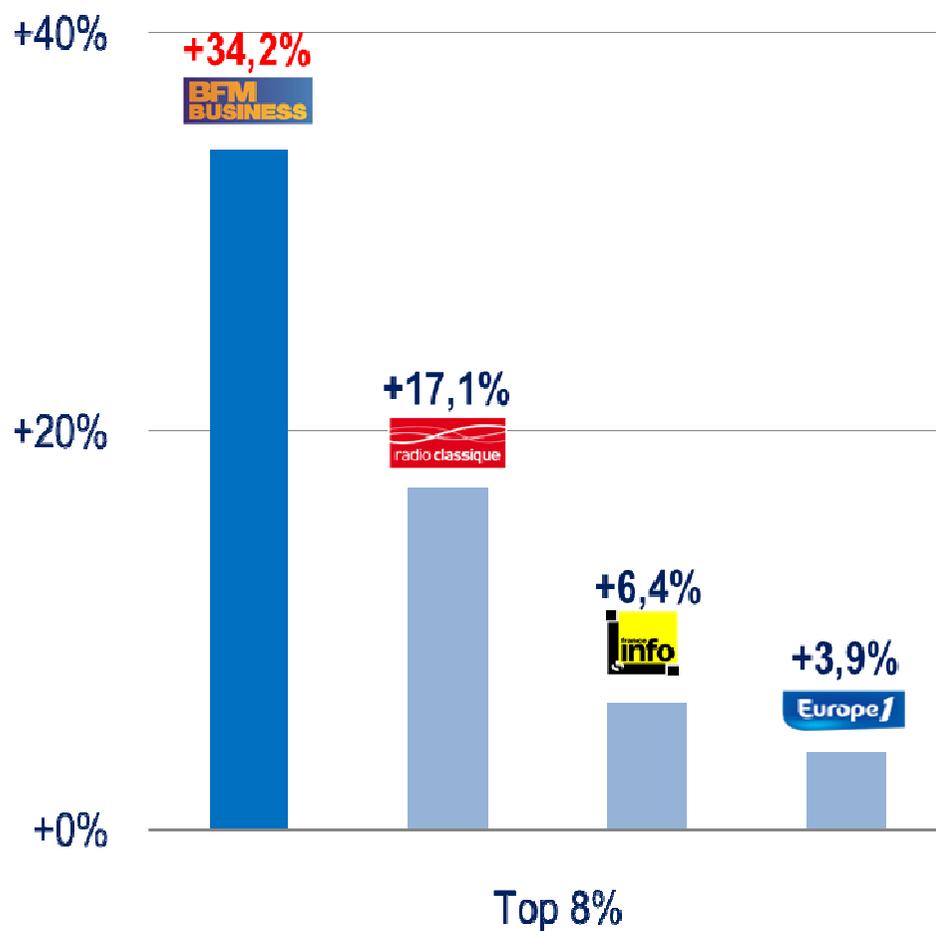
⇒ **RMC atteint un record d'audience historique fin 2012**

PDA nationale (%)

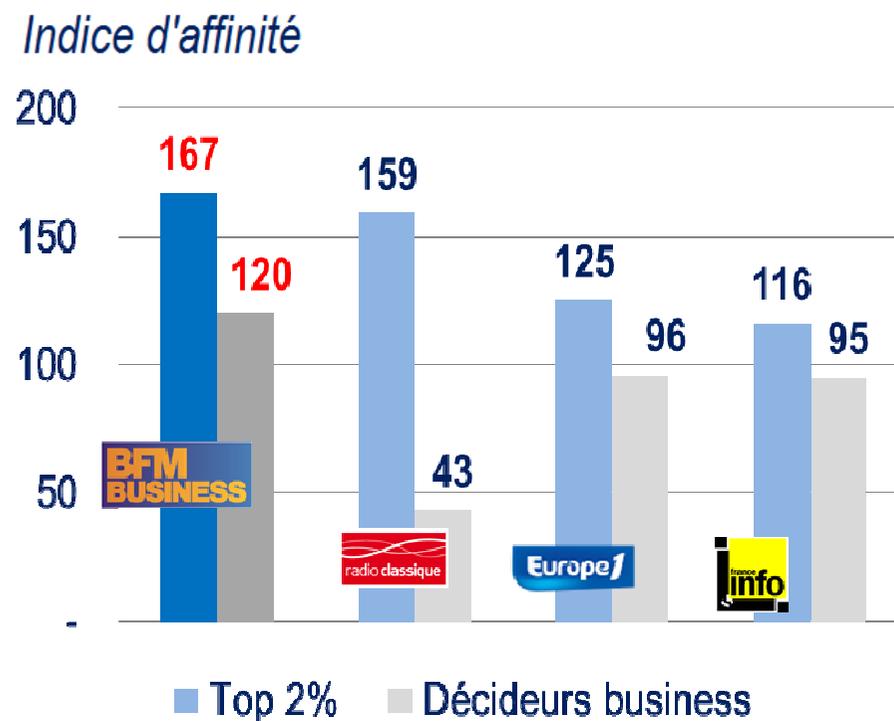


- ❑ **8% d'audience cumulée** sur la vague nov-déc 2012
- ❑ **4 219 000 auditeurs**, soit +3 millions depuis 2001
- ❑ **1^{ère} radio sur les hommes 25-49 ans**
- ❑ **2^{ème} radio sur les 25-49 ans** devant RTL et Europe 1
- ❑ **2^{ème} radio privée sur CSP+**

⇒ *Plus forte progression sur la cible Premium*



□ N°1 en affinité auprès des cibles « hauts de gamme »



Faits marquants – Division TV

⇒ **15% de marge d'EBITDA pour BFMTV**

- ❑ CA en hausse de **33%** dans un marché en baisse de 4,5%⁽¹⁾
- ❑ EBITDA de **6,5 M€** vs. **2,5 M€** en 2011, multiplié par 2,6



- ❑ EBITDA de BFMTV de près de **10 M€**, soit **15%** de marge
- ❑ Niveaux historiques de **PDA** avec **2,1%** en mars et en mai 2012⁽²⁾



- ❑ **3,3 millions** de téléspectateurs/mois



- ❑ **RMC Découverte**, 1^{ère} chaîne de documentaires de France
 - Déjà près de **14 millions** de téléspectateurs/mois⁽³⁾

(1) IREP – Le marché publicitaire français en 2012

(2) PDA nationale sur 4+ – Lundi-Dimanche 3h-27h – Médiamétrie

(3) Médiamétrie – janvier-février 2013 – L&V 4+

⇒ *BFM TV, la 1^{ère} marque d'information de France*

TELEVISION



10 MILLIONS+
TELESPECTATEURS PAR JOUR⁽¹⁾

PRESSE QUOTIDIENNE
GRATUITE



4 377 000

LECTEURS CHAQUE JOUR

PRESSE QUOTIDIENNE
NATIONALE

LE FIGARO

1 187 000

LECTEURS CHAQUE JOUR

RADIO



4 623 000

AUDITEURS CHAQUE JOUR

INTERNET

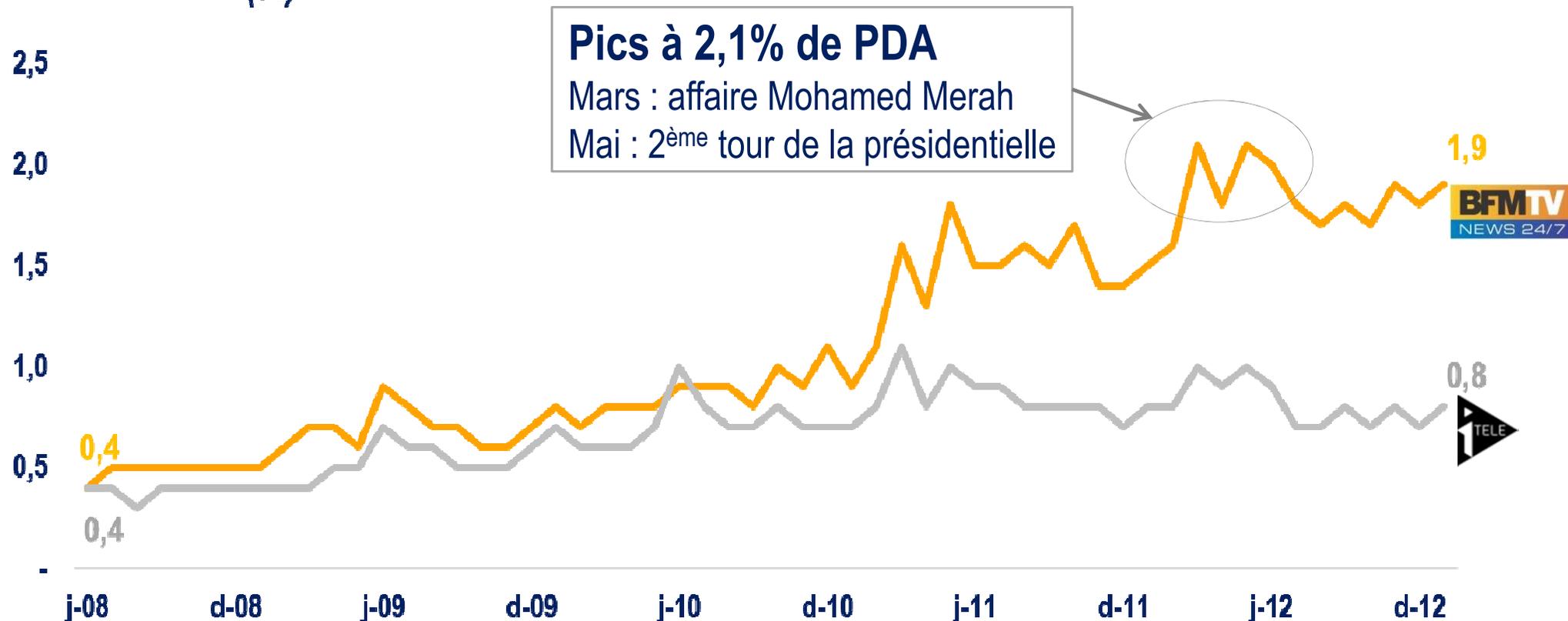
Google news

512 000

INTERNAUTES CHAQUE JOUR

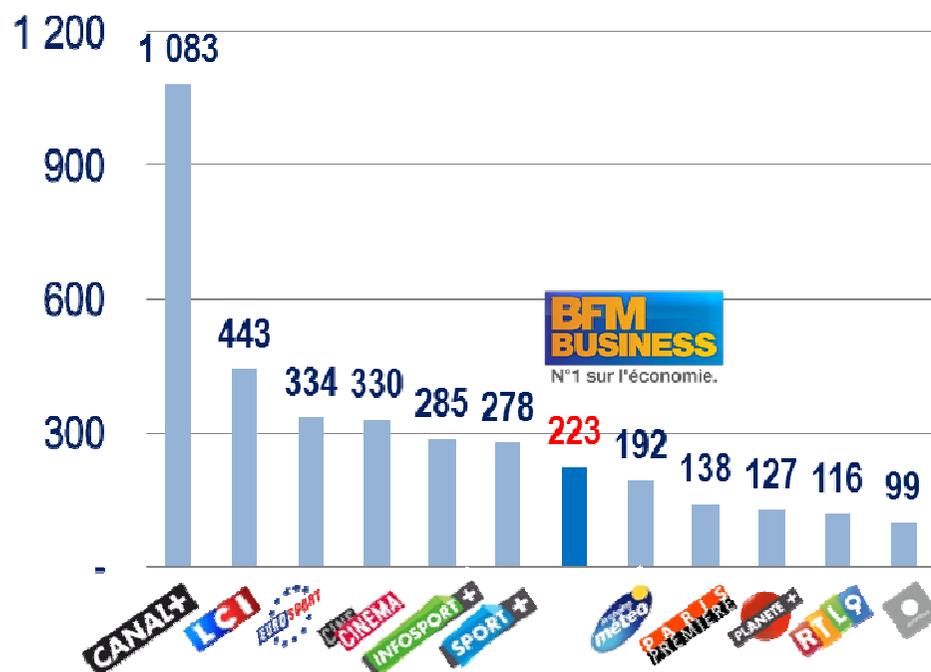
Faits marquants – BFM TV (suite)

PDA nationale (%)



⇒ **BFM Business TV, 1^{ère} chaîne d'information économique et financière**

En milliers de téléspectateurs Premium réguliers



- ❑ **Déjà dans le Top 10 du « cabsat » en audience Premium⁽¹⁾ 2 ans après son lancement**
- ❑ **3,3 millions de téléspectateurs par mois⁽²⁾**



(1) Audience régulière (tous les jours ou presque) – Audipresse Premium 2012

(2) Médiamétrie – couverture mensuelle 4+ – avril 2012

⇒ *RMC Découverte, plus fort que la fiction*

- ❑ Chaîne leader de la découverte en France
- ❑ Déjà près de **14 millions de téléspectateurs/mois**
- ❑ Des programmes réunissant jusqu'à **>200 000 téléspectateurs/QHM**
- ❑ **3^e chaîne TNT HD, 2^e sur les 25-49 ans**



**Sciences &
Techno**



**Histoire &
Investigation**



360° Passion



**Aventure &
Sauvage**



Real life

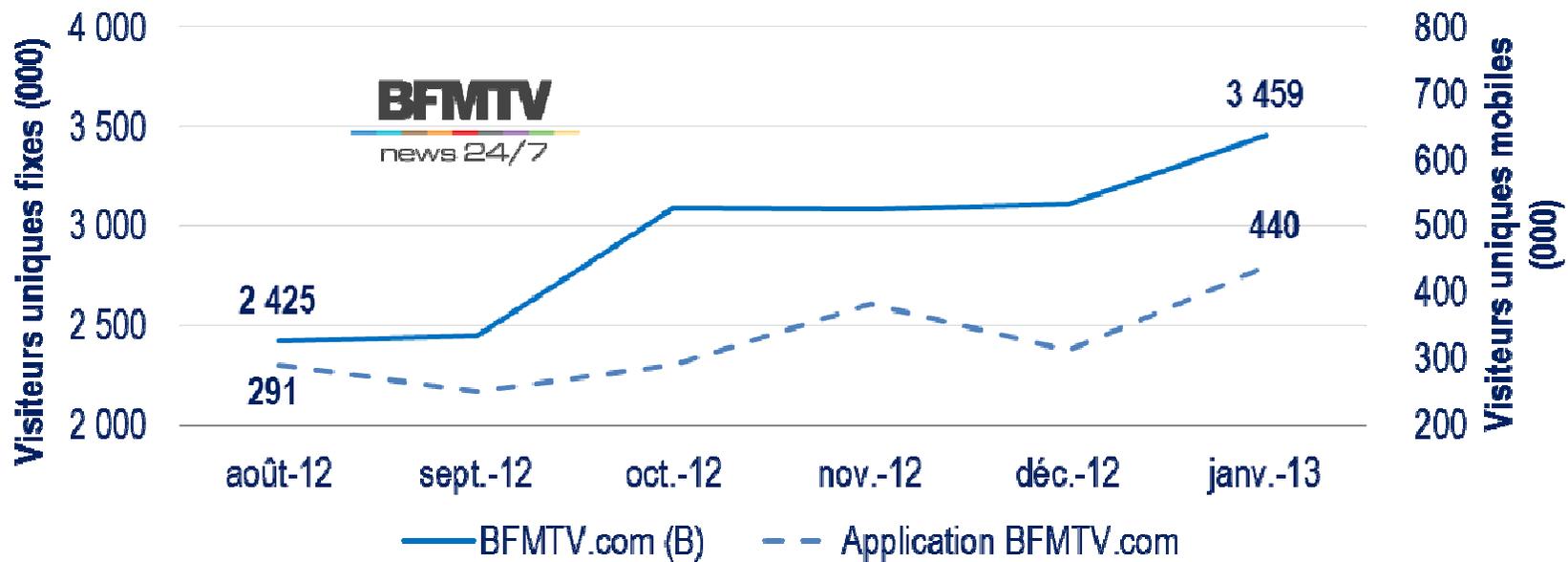
⇒ Poursuite du développement de la plateforme digitale du Groupe



- ❑ CA stable à la hausse (+1%) et EBITDA de -4,4 M€ en 2012
- ❑ Lancement en septembre 2012 du nouveau site **BFMTV.com**
 - Un desk de 42 journalistes web dédiés à l'info générale, éco et sport
- ❑ Consolidation de **01net.com**, leader sur la thématique high-tech
 - 60 journalistes web/print dédiés à l'information high-tech

Faits marquants - Division Digital (suite)

⇒ *La crédibilité des marques draine l'audience vers le digital*



O1net

6,5 Millions

de visiteurs uniques

BFMTV
news 24/7

3,5 Millions

de visiteurs uniques



1,1 Million

de fans Facebook



730 000

followers sur Twitter

98

Millions

de vidéos vues
en 2012



| 3. Présentation des résultats

Éléments financiers clés par division

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>	<u>Var. (%)</u>
Radio	73,5	67,9	+8%
TV	68,3	51,2	+33%
Digital	12,6	12,4	+1%
Autres activités ⁽¹⁾	17,9	23,0	-22%
Chiffre d'affaires	172,3	154,5	+12%
Chiffre d'affaires et autres produits	173,4	155,6	+11%
EBITDA Radio	25,2	20,6	22%
<i>Marge sur CA (%)</i>	34%	30%	
EBITDA TV	6,5	2,5	2,6x
<i>Marge sur CA (%)</i>	10%	5%	
EBITDA Digital	(4,4)	1,2	
EBITDA Autres activités ⁽¹⁾	(0,8)	(0,2)	
EBITDA du Groupe	26,5	24,1	10%

(1) Résultats 2011 après reclassement de l'activité Print dans le Pôle Autres et retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012

Compte de résultat consolidé

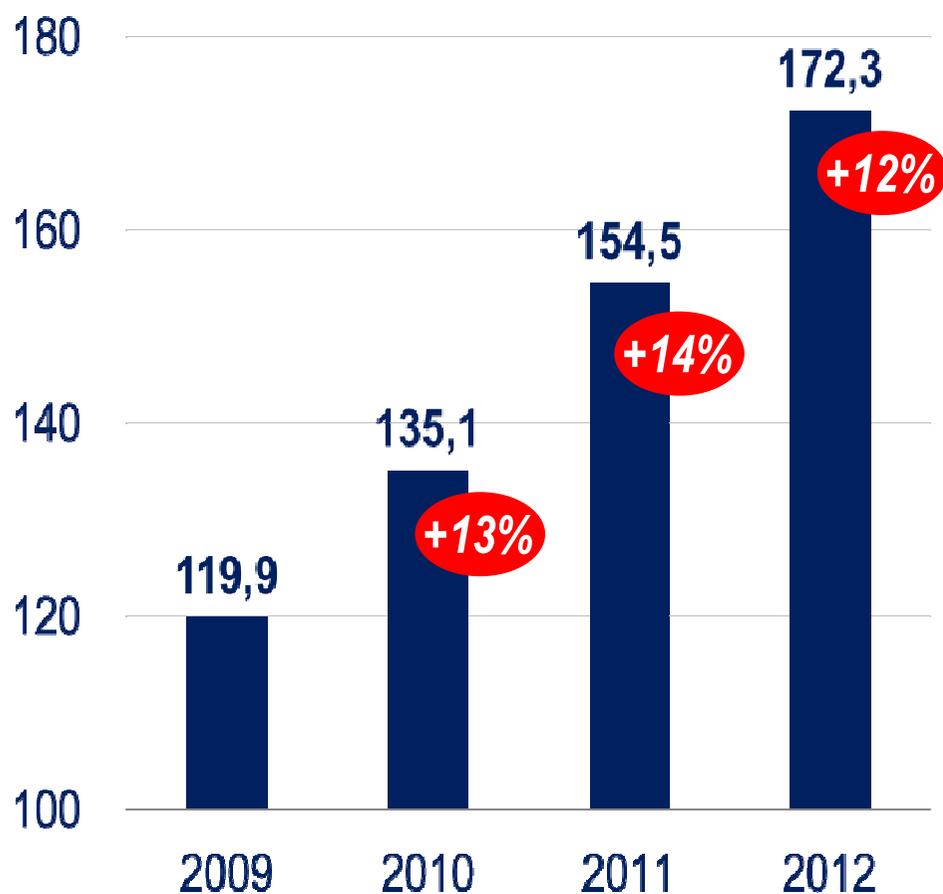
<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011⁽¹⁾</u>	<u>Var. (%)</u>
Chiffre d'affaires et autres produits	173,4	155,6	11%
Charges de personnel	(75,9)	(67,7)	12%
Autres charges	(71,0)	(63,8)	11%
Total charges opérationnelles	(146,9)	(131,5)	12%
EBITDA	26,5	24,1	10%
EBIT (ROC)	21,2	19,7	7%
Coût de l'endettement financier net	(1,5)	(1,8)	-15%
Charge d'impôts	(5,5)	(5,5)	
Actions gratuites et abondement	0,1	(0,5)	
Non récurrent	(0,2)	(3,7)	
Résultat net	14,0	8,1	73%
Intérêts minoritaires	(0,6)	(0,5)	
Résultat net part du Groupe	13,4	7,6	77%

(1) Résultats 2011 retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012

Évolution des chiffres clés

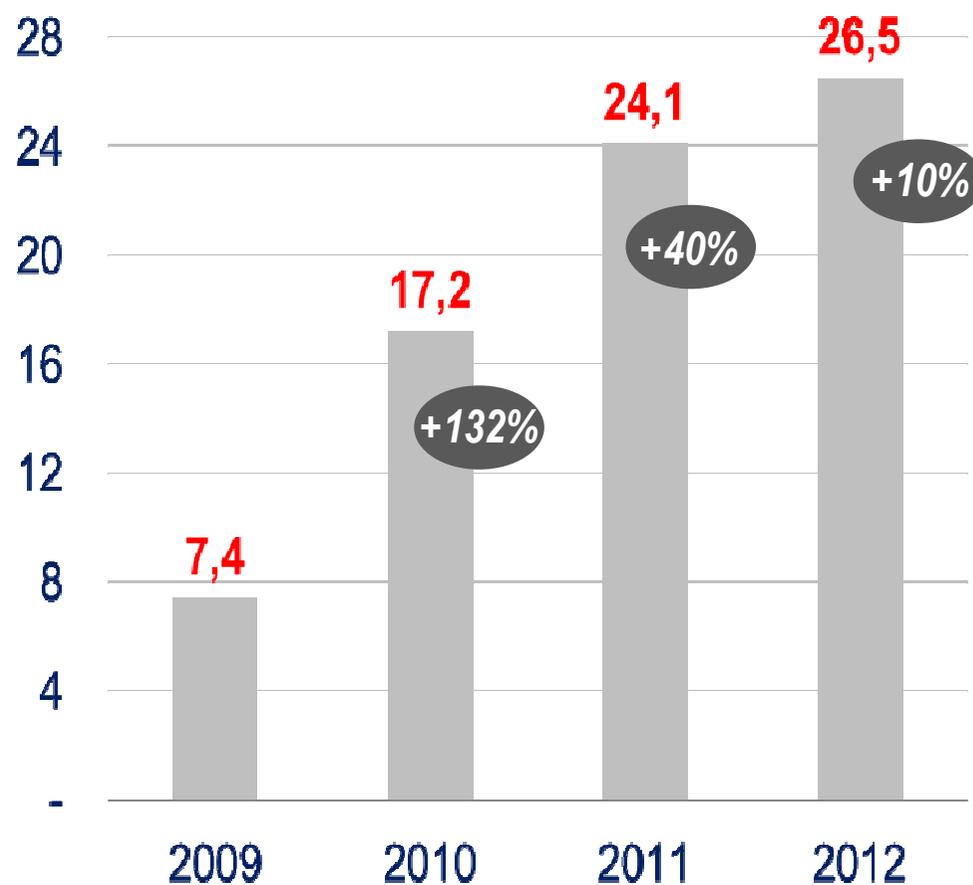
Chiffre d'affaires ⁽¹⁾

En M€



EBITDA ⁽¹⁾

En M€

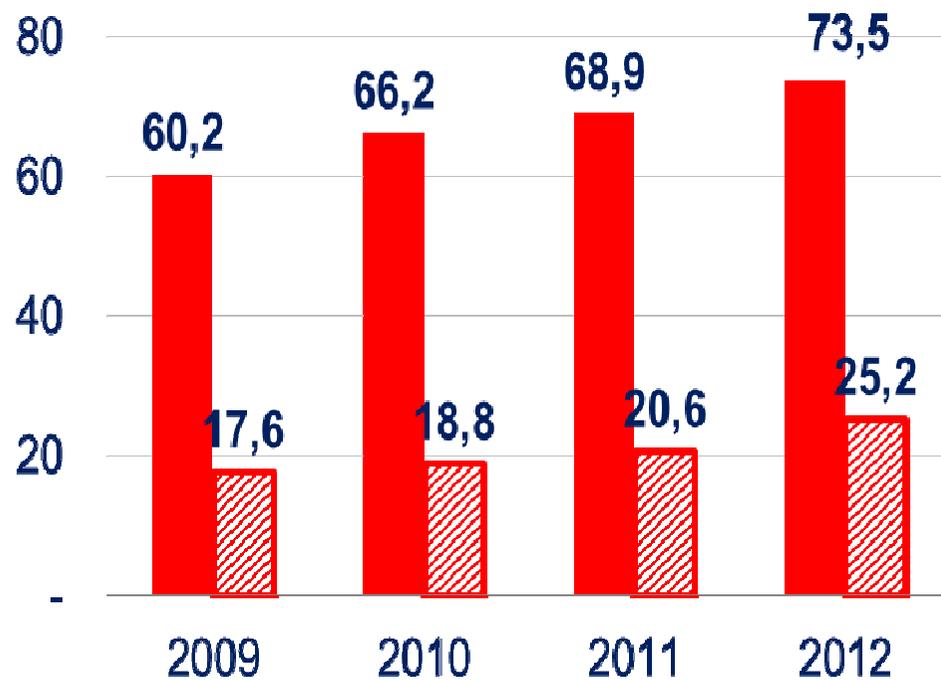


(1) Résultats retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012

Évolution des chiffres clés Radio et TV

Chiffres clés de la Division Radio

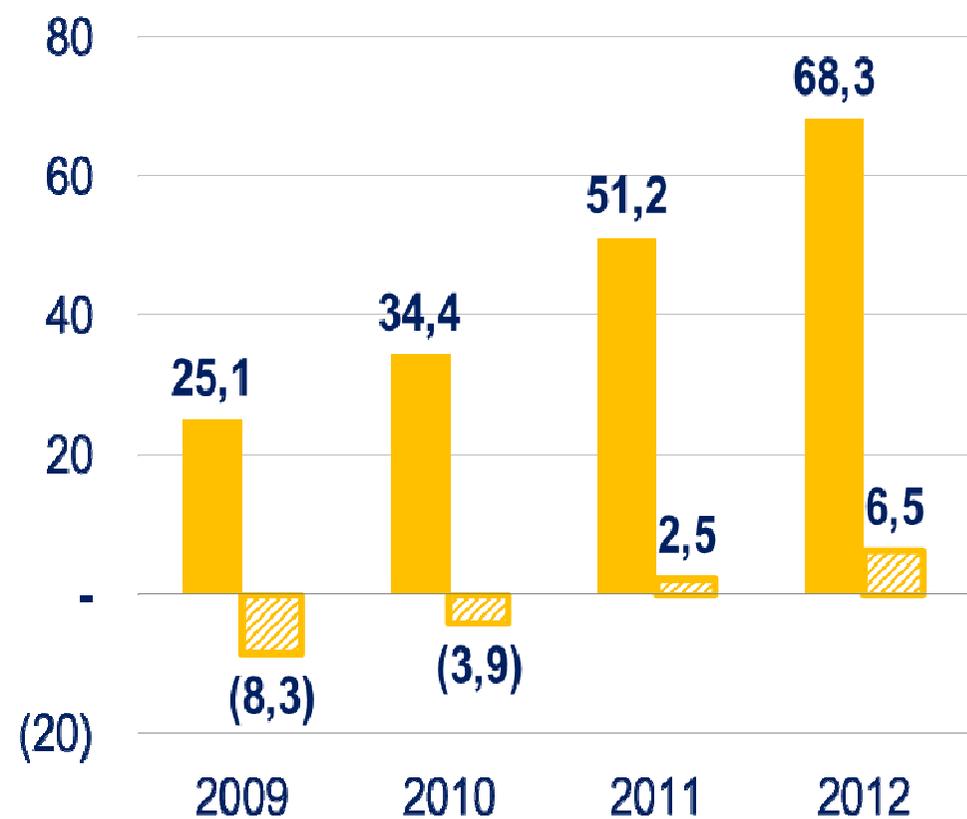
En M€



■ Chiffre d'affaires ■ EBITDA

Chiffres clés de la Division TV

En M€



■ Chiffre d'affaires ■ EBITDA

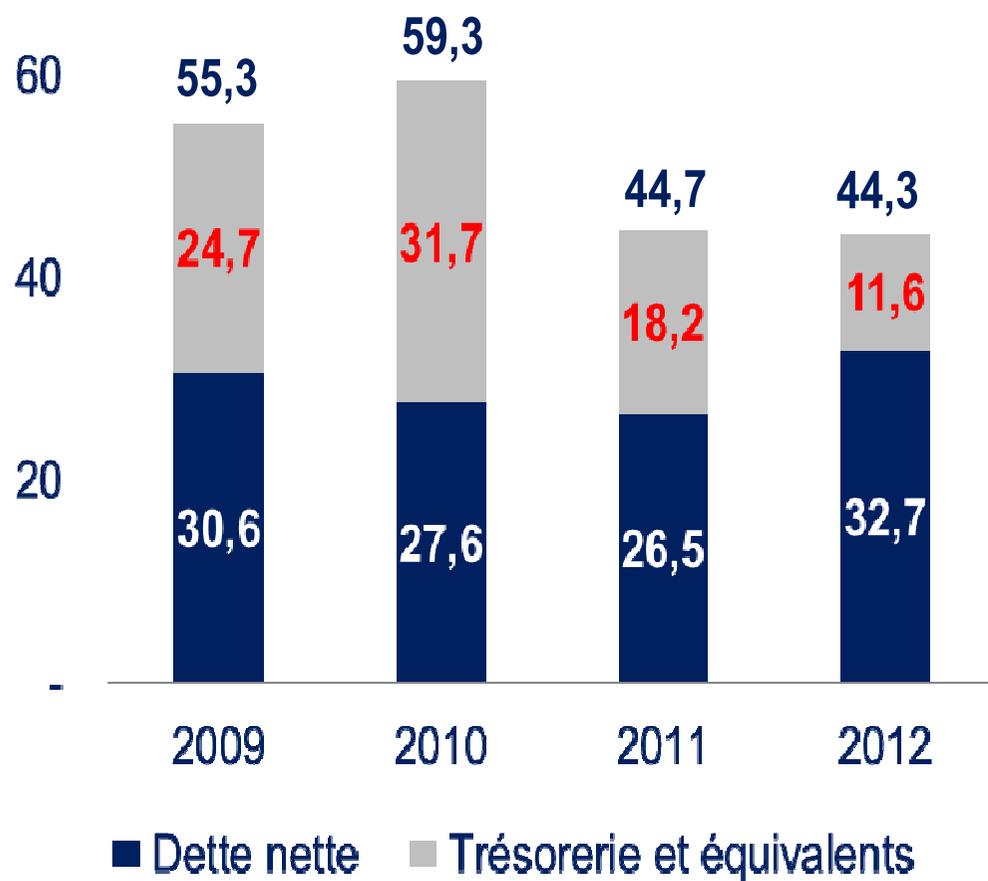
Bilan consolidé

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>
Goodwill	124,5	124,5
Autres actifs	14,2	12,2
Impôts différés actifs	21,8	24,2
FDR d'exploitation	(11,7)	(12,7)
Trésorerie et équivalents	11,6	18,2
Total Actifs	160,5	166,4
Capitaux propres part du Groupe	109,6	113,5
Intérêts minoritaires	2,3	1,7
Provisions	4,2	6,5
Passifs financiers	44,3	44,7
Total Passifs	160,5	166,4
Dette Brute	(44,3)	(44,7)
Trésorerie et équivalents	11,6	18,2
Dette nette	(32,7)	(26,5)
Dette nette / EBITDA (x)	1,2x	1,1x

Endettement, rachat d'actions et dividendes

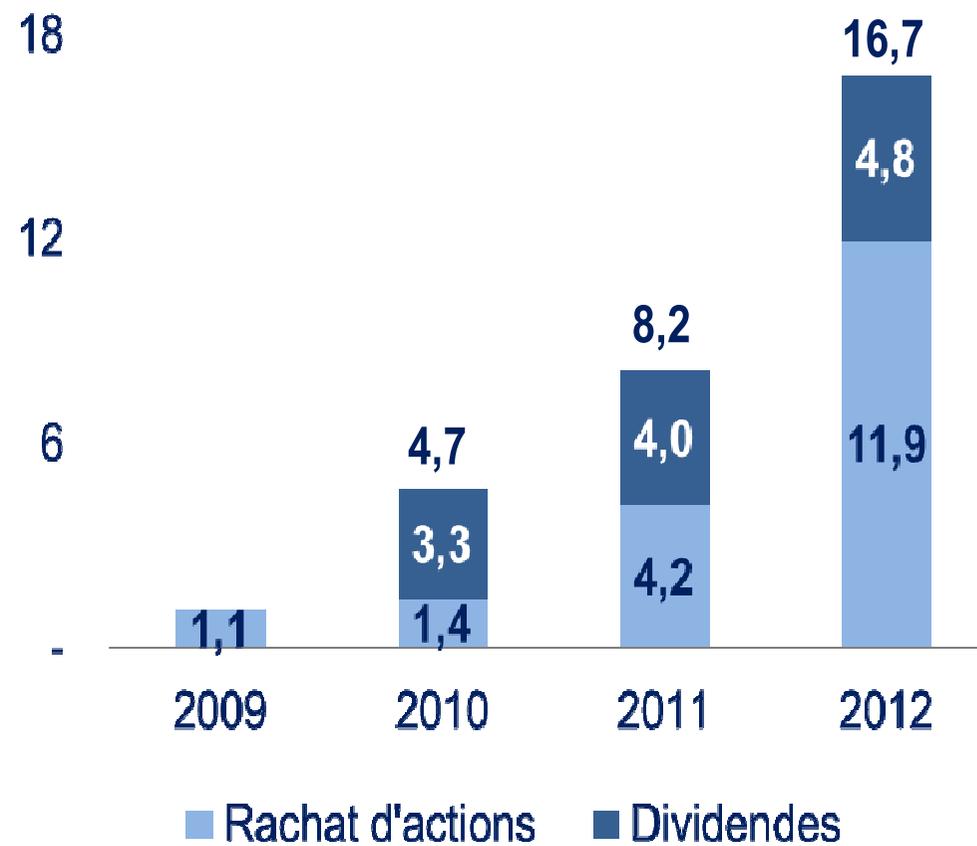
Dettes nettes et trésorerie

En M€



Rachat d'actions et dividendes

En M€



Évolution et composition de la dette

⇒ *Une situation financière solide au 31 décembre 2012*

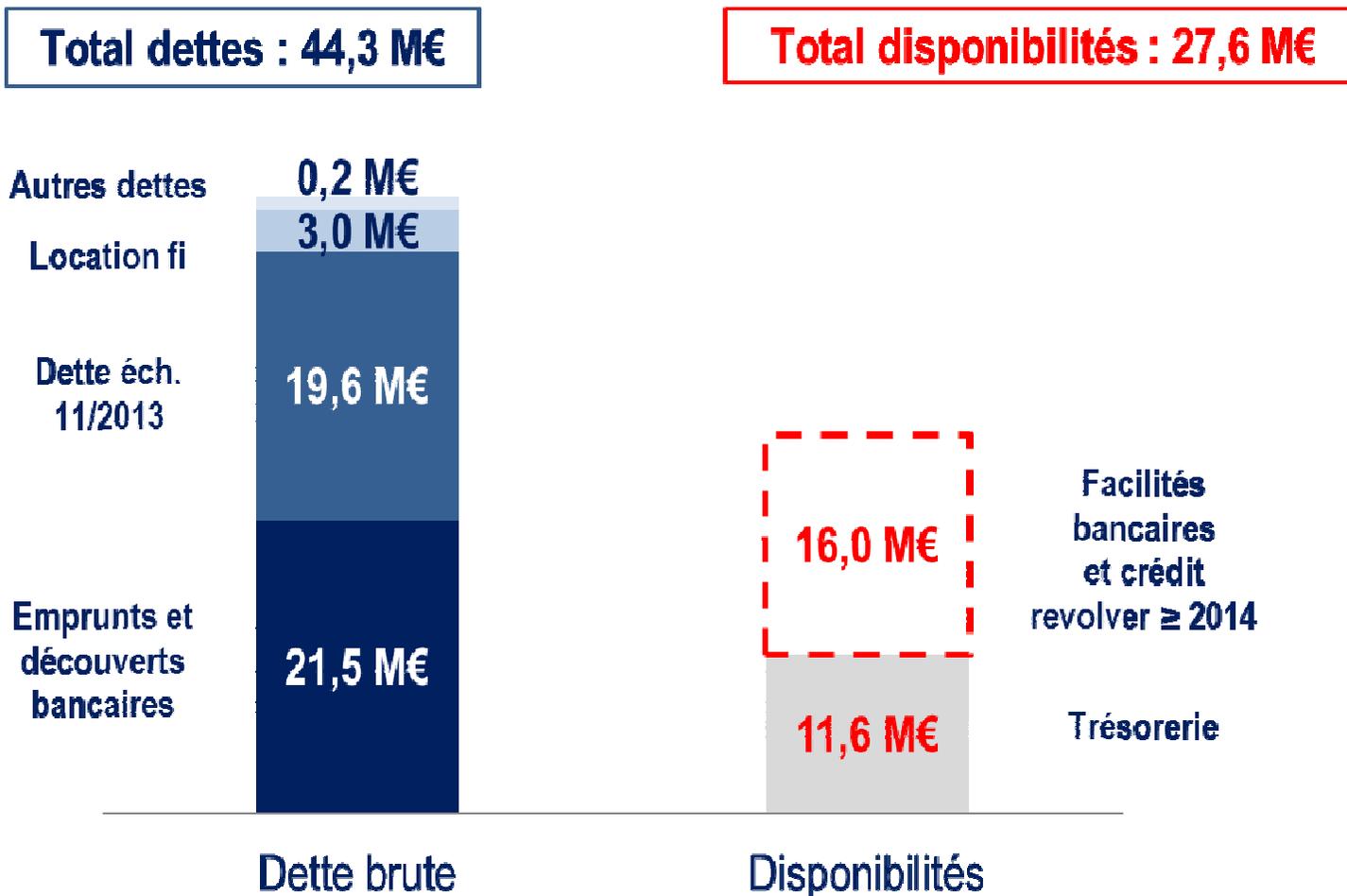


Tableau de flux de trésorerie

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>
Résultat net⁽¹⁾	14,0	8,4
Variation du BFR	(0,8)	(3,1)
Dotations aux amortissements et aux provisions	2,9	6,8
Coût de l'endettement financier net	1,5	1,8
Charge d'impôt différé	2,5	2,2
Autres	(0,5)	0,5
Cash flow opérationnel	19,7	16,5
Cash flow de l'investissement	(7,5)	(5,5)
Cash flow avant financement	12,1	11,0
Dividendes versés	(4,8)	(4,0)
Programme de rachat d'actions	(11,9)	(4,2)
Intérêts cash payés	(0,6)	(0,9)
Variation des passifs à long terme	(1,3)	(15,5)
Cash flow du financement	(18,6)	(24,5)
Variation de trésorerie	(6,5)	(13,5)

(1) Résultat net 2011 publié, non retraité de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012

| 4. Perspectives

Perspectives – Division Radio

⇒ **Consolidation de la rentabilité de l'activité Radio (34% de marge)**

- ❑ Objectif de **maintien du CA et de la marge d'EBITDA** en 2013
- ❑ Des **événements fédérateurs** pour compenser l'absence d'événement sportif majeur : Trophées PME, RMC Sport Games,
- ❑ Poursuivre le **déploiement de RMC** dans le cadre du plan d'ouverture de nouvelles fréquences annoncé par le CSA
- ❑ Monétiser les **bons résultats d'audience Premium** de BFM Business

⇒ Recul attendu des recettes publicitaires au T1 2013 dans un marché en baisse mais tendance nettement positive au 2e trimestre

Perspectives – Division TV

⇒ *Faire de la Division TV le 1^{er} contributeur du Groupe*



□ **Croissance des résultats de BFMTV**

- Consolider l'audience sur les niveaux hauts de 2012
- Maîtriser les charges pour atteindre **20% de marge d'EBITDA**



□ **Développer la notoriété de BFM Business TV**

- Poursuivre l'amélioration de la grille TV
- Monétiser les bons résultats d'audience de la chaîne



□ **RMC Découverte, leader sur le segment du documentaire**

- Lancer des productions françaises originales et innovantes
- Objectif de **7 M€ de CA** en 2013

⇒ Croissance à deux chiffres du CA anticipée au T1 2013

⇒ *S'imposer dans le Top 10 des sites news*

01net

BFMTV

news 24/7

- ❑ **Développer l'audience news** de BFMTV.com et 01net.com
 - Objectif de **15 millions de VU** en 2014-2015
- ❑ Capitaliser sur un **inventaire vidéo unique** sur le marché
 - Lancement de 01NetTV
 - **Partenariats commerciaux** avec les plateformes vidéo
 - Objectif de plus de **250 millions de vidéos vues** en 2013
- ❑ Objectif de **maîtrise de la croissance des charges**

⇒ Croissance du CA supérieure à 10% attendue au T1 2013



⇒ *Nouvelle identité éditoriale et marketing des titres de presse*



- ❑ Une **Refonte éditoriale complète** des titres pro et grand public
 - Nouvelle ligne éditoriale : « *La high-tech plaisir* »
 - Elargissement de la cible de lecteurs et d'annonceurs
- ❑ Accompagnée d'une **refonte produit et marketing**
 - Passage en **quinzomadaires**
 - Montée en gamme des maquettes et de la qualité papier
- ❑ **Puissantes campagnes publicitaires** radio et TV

| Annexes

Radio

CA 2012 : 73,5 M€



4,2 millions
auditeurs quotidiens

- Acquisition de 83,33% de la radio RMC en 2000, et 4,56% suppl. en 2013
- Repositionnement **Info-Talk-Sport**
- 4^e radio privée de France, une AC moyenne 2012 de 7,5%



1 million
auditeurs par semaine

- Rachat de BFM Radio en 2002
- 1^{er} média d'information éco et financière de France
- Diffusion simultanée radio et TV depuis 2010

Télévision

CA 2012 : 68,3 M€



10 millions
téléspectateurs par jour

- Lancée en novembre 2005
- 1^{ère} chaîne d'info de France
- **38,3 millions de télésectateurs** par mois (janvier 2013)



3,3 millions
télésectateurs par mois

- BFM Business TV lancée en novembre 2010
- 1^{ère} chaîne d'information éco et financière de France



Près de **14 millions**
télésectateurs par mois

- 1^{ère} chaîne de documentaire de France, lancée en décembre 2012

Digital et autres

CA 2012 : 30,5 M€



6,5 millions
visiteurs uniques par mois

- Rachat en 2007
- 01net : N°1 des sites high-tech
- 01 Business et 01net Magazine



3,5 millions
visiteurs uniques par mois

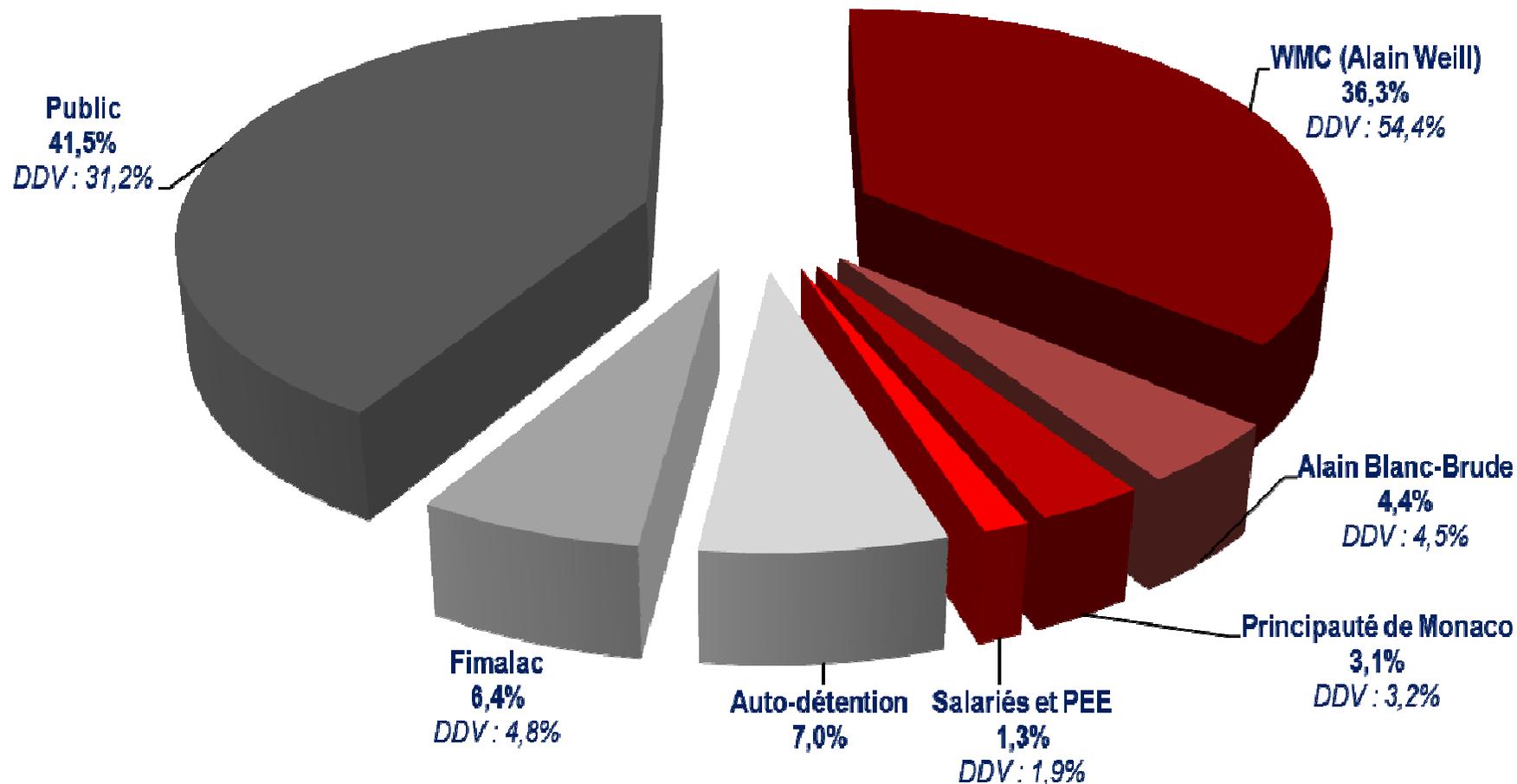
- **98 millions** de vidéos vues en 2012

⇒ Les applications mobiles de NextRadioTV :

- **1,4 millions** visiteurs uniques mobiles/mois



Actionnariat de NextRadioTV au 25 mars 2013



Nombre total d'actions : 16 679 124

Nombre total brut de DDV : 23 405 569

Capitalisation boursière : 225,0 M€

Cours de l'action NextRadioTV : 13,49 €

Éléments financiers clés – Division Radio

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>	<u>Var. (%)</u>
Chiffre d'affaires	73,5	67,9	8%
Autres produits de l'activité	1,0	1,0	
Chiffre d'affaires et autres produits	74,5	68,9	8%
Charges de personnel	(25,2)	(24,2)	5%
Autres charges	(24,1)	(24,2)	-1%
Total charges opérationnelles	(49,3)	(48,4)	2%
EBITDA	25,2	20,6	22%
Marge (%)	34%	30%	
Dotations aux amortissements	(0,9)	(0,6)	
EBIT (ROC)	24,3	20,0	21%
Marge (%)	33%	29%	

Éléments financiers clés – Division TV

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>	<u>Var. (%)</u>
Chiffre d'affaires	68,3	51,2	33%
Autres produits de l'activité	-	0,0	
Chiffre d'affaires et autres produits	68,3	51,2	33%
Charges de personnel	(31,6)	(25,5)	24%
Autres charges	(30,2)	(23,3)	30%
Total charges opérationnelles	(61,8)	(48,8)	27%
EBITDA	6,5	2,5	2,6x
Marge (%)	10%	5%	
Dotations aux amortissements	(3,6)	(3,0)	
EBIT (ROC)	2,9	(0,5)	

Éléments financiers clés – Division Digital

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011</u>	<u>Var. (%)</u>
Chiffre d'affaires	12,6	12,4	2%
Autres produits de l'activité	-	-	
Chiffre d'affaires et autres produits	12,6	12,4	2%
Charges de personnel	(10,4)	(7,1)	46%
Autres charges	(6,6)	(4,1)	63%
Total charges opérationnelles	(17,0)	(11,2)	52%
EBITDA	(4,4)	1,2	
Dotations aux amortissements	(0,5)	(0,3)	
EBIT (ROC)	(4,9)	0,9	

Compte de résultat IFRS détaillé

<i>En M€</i>	2012	2011 ⁽¹⁾
Radio	73,5	67,9
TV	68,3	51,2
Digital	12,6	12,4
Autres ⁽²⁾	17,9	23,0
Chiffre d'affaires	172,3	154,5
Autres produits de l'activité et subventions	1,1	1,1
Chiffre d'affaires et autres produits	173,4	155,6
Charges de personnel	(75,9)	(67,7)
Impôts et taxes	(4,1)	(3,0)
Dotations aux provisions	0,5	(1,8)
Autres charges d'exploitation	(67,3)	(59,0)
Total charges opérationnelles	(146,9)	(131,5)
EBITDA	26,5	24,1
Dotations aux amortissements	(5,3)	(4,4)
EBIT (ROC)	21,2	19,7
Coût de l'endettement financier net	(1,5)	(1,8)
Charge d'impôts	(5,5)	(5,5)
Actions gratuites et abondement	0,1	(0,5)
Non récurrent	(0,2)	(3,7)
Résultat net	14,0	8,1
Intérêts minoritaires	(0,6)	(0,5)
Résultat net part du Groupe	13,4	7,6

(1) Résultats 2011 retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012

(2) Reclassement de l'activité Print dans le Pôle Autres

- ❑ Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les objectifs de performances à venir du Groupe NextRadioTV, peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.
- ❑ Toutes références à des performances passées du Groupe NextRadioTV ne doivent pas être prises comme indicateurs des performances futures.
- ❑ Les procédures d'audit sur les comptes consolidés et sociaux ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après finalisation des procédures requises pour les besoins de la publication du rapport financier annuel.

