

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2014

CA en progression de +16% au T3 2014
Tendance très favorable au T4 2014 pour la division TV

En M€	T3 2014	T3 2013	% variation	9M 2014	9M 2013	% variation
TV	20,0	14,9	+34%	69,0	56,8	+22%
Radio	15,2	15,2	+0%	53,2	51,0	+4%
Digital	3,0	3,0	+0%	10,4	10,5	-1%
Autres activités	0,4	0,0	NA	1,7	1,2	+40%
Total CA Groupe	38,6	33,2	+16%	134,2	119,5	+12%

Note : Chiffres d'affaires 2013 retraités de l'activité Print, cédée le 1^{er} octobre 2013

TV : Croissance de +34% au T3 2014 – Surperformance de BFMTV et RMC Découverte

Dans un marché en léger recul, la division TV enregistre une progression de 34% de son chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre 2014, tirée principalement par la croissance des recettes de RMC Découverte qui ont plus que doublé. La chaîne atteint 1,1% de PDA (Médiamétrie – septembre 2014), une première dans l'histoire de la TNT HD, et dégage pour la première fois un résultat positif en septembre 2014. BFMTV démarre la saison avec 2,3% de PDA nationale (Médiamétrie – septembre 2014). BFM Business TV profite d'une augmentation des investissements des annonceurs du secteur financier-assurance ainsi que des offres couplées entre les 3 chaînes durant l'été.

Au 4^{ème} trimestre 2014, la division TV capitalisera sur les bonnes audiences de BFMTV et RMC Découverte et pourrait afficher une croissance de son chiffre d'affaires supérieure à 20%.

RADIO : CA stable au T3 2014 – Surperformance dans un marché en baisse

La division Radio surperforme un marché en baisse (-6%) et affiche un niveau de recettes stable au 3^{ème} trimestre 2014. RMC capitalise sur son record de 10,4% de PDA commerciale sur sa cible principale (vague avril-juin – Médiamétrie – cible 25-49 ans) pour gagner de nouvelles parts de marché sur le trimestre. Une bonne rentrée et la conquête de nouveaux annonceurs permettent à BFM Business Radio de consolider à la hausse le niveau de ses recettes publicitaires.

Même si la visibilité reste limitée, la division Radio a pour objectif d'afficher un chiffre d'affaires en légère hausse sur le 4^{ème} trimestre 2014. RMC devrait notamment bénéficier d'une hausse des investissements des annonceurs du secteur automobile au mois d'octobre pour le Mondial de L'Automobile.

DIGITAL : Stabilité des recettes au T3 2014 – Poursuite de la montée en puissance de la vidéo et du mobile

La division Digital enregistre un chiffre d'affaires stable sur le 3^{ème} trimestre 2014 sous l'effet des changements structurels à l'œuvre sur le marché et particulièrement de la baisse du marché *display* (-5%). La forte croissance des recettes vidéo et mobile (+57%) compense la moindre attractivité des formats *display* classiques. Le Groupe réalise de nouveaux records d'audience sur la vidéo avec 320 millions de vues cumulées à fin septembre (+83%) et sur le mobile avec 5,0 millions de VU en septembre (+130%).

Au 4^{ème} trimestre 2014, la division Digital devrait connaître une légère baisse de son chiffre d'affaires, sous l'effet de la baisse des formats *display* classiques qui représentent 60% des recettes publicitaires à fin septembre. La montée en puissance des audiences vidéo et mobile, segments les plus porteurs du marché digital, devrait se traduire par un retour à la croissance en 2015. L'objectif du Groupe est de devenir dans les prochaines années l'un des tous premiers acteurs de l'information sur les supports digitaux.