

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2015

CA en progression de +13%

En M€	T1 2015	T1 2014	% variation
TV	28,6	21,8	+31%
Radio	16,1	16,8	-4%
Digital	3,1	3,5	-11%
Autres activités	0,6	0,5	+20%
Total CA Groupe	48,2	42,6	+13%

TV : Croissance de +31% – Croissance à deux chiffres pour les 3 chaînes du Groupe

La division TV enregistre une progression de 31% de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2015, grâce à la bonne performance de ses 3 chaînes. BFMTV réalise 2,3% de PDA (Médiamétrie – mars 2015) et une croissance de chiffre d'affaires supérieure à 10%. RMC Découverte bénéficie du succès du lancement de l'émission Top Gear France et conforte sa position de 1^{ère} chaîne de la TNT HD en culminant, seule parmi les 6 nouvelles chaînes de la TNT HD, à 1,3% de PDA (Médiamétrie – mars 2015). La chaîne fait plus que doubler ses recettes publicitaires sur le trimestre. La bonne santé des annonceurs du secteur financier permet à BFM Business TV d'afficher un chiffre d'affaires en forte hausse.

Au 2^{ème} trimestre 2015, la division TV devrait capitaliser sur les bonnes audiences de BFMTV et RMC Découverte pour continuer à gagner des parts de marché publicitaires et afficher, dans une moindre mesure qu'au 1^{er} trimestre, une croissance soutenue de ses recettes.

RADIO : Baisse de 4% – Retour de la croissance en avril, objectif de stabilité au T2 en l'absence d'actualités sportives majeures

Au 1^{er} trimestre 2015, la division Radio affiche une baisse de 4% de son chiffre d'affaires, en ligne avec le marché radio. RMC est pénalisée par la baisse des investissements publicitaires des annonceurs des secteurs automobile, financier et télécom mais les recettes publicitaires de la station sont à nouveau en croissance au mois d'avril. BFM Business enregistre une croissance à deux chiffres de ses recettes, sous l'effet du succès du lancement de nouveaux événements (01Business Forum, Grands Prix de la Bourse et Grands Prix à l'Export) et du dynamisme des annonceurs du secteur financier.

La visibilité reste limitée pour le 2^{ème} trimestre 2015 au cours duquel RMC a pour objectif de compenser l'absence d'événement sportif majeur avant la Coupe du Monde de Rugby en septembre.

DIGITAL : Baisse de 11% – Baisse de 01net.com et poursuite de la montée en puissance de bfmtv.com

La baisse de 11% du chiffre d'affaires de la division Digital au 1^{er} trimestre 2015 traduit une évolution contrastée entre 01net.com et bfmtv.com. Sous l'effet de nouvelles contraintes imposées par Google, 01net.com enregistre une baisse importante de ses recettes issues du téléchargement. A l'inverse, bfmtv.com double à la fois son audience et son chiffre d'affaires vidéo au cours du trimestre, portant ainsi la croissance globale de ses recettes publicitaires de mars à 30%.

Le Groupe poursuit son investissement sur le digital en se concentrant sur l'information généraliste et les thématiques porteuses de synergies avec ses autres activités. Dans ce cadre, le lancement de nouvelles verticales éditoriales sur bfmtv.com au cours du mois d'avril va permettre de doubler le nombre de contenus publiés sur le site en vue de doubler l'audience (fixe/mobile) à fin 2015. L'accélération sur bfmtv.com et l'acquisition de la société Moneyweb, qui exploite 4 sites internet et leurs applications, devraient permettre de retrouver la croissance dès le 2^{ème} trimestre 2015.