Résultats semestriels 2014

Groupe NextRadioTV

Le 31 juillet 2014

Next Radio TV

Sommaire

1. Introduction 3
2. Faits marquants 4
3. Présentation des résultats 16
4. Perspectives 22
5. Annexes 30

1. Introduction

2. Faits marquants

Chiffres clés du 1er semestre 2014

En M€	S1 2014	S1 2013	Var. (%)
Chiffre d'affaires	95,7	86,3	*+11%*
EBITDA	14,9	14,7	*+1%*
EBIT	12,4	12,0	*+3%*
Résultat net ajusté	7,1	7,2	*-1%*
Résultat net	6,8	3,5	*2,0x*

Note : Données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1er octobre 2013 ainsi que des autres éléments non récurrents, et après réallocation des loyers et des frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

Faits marquants – Division TV

⇒ *EBITDA TV yc RMC Découverte positif de 4,3 M€*

- **Augmentation de 17% du CA à 49,1 M€** pour la division TV
- **EBITDA TV de 4,3 M€** vs. 4,7 M€ au S1 2013

- **BFMTV couvre avec succès l'actualité politique et sportive**
  - **Record de 2,0% de PDA** moyenne au S1

- **Augmentation de 19% du CA de BFM Business TV**

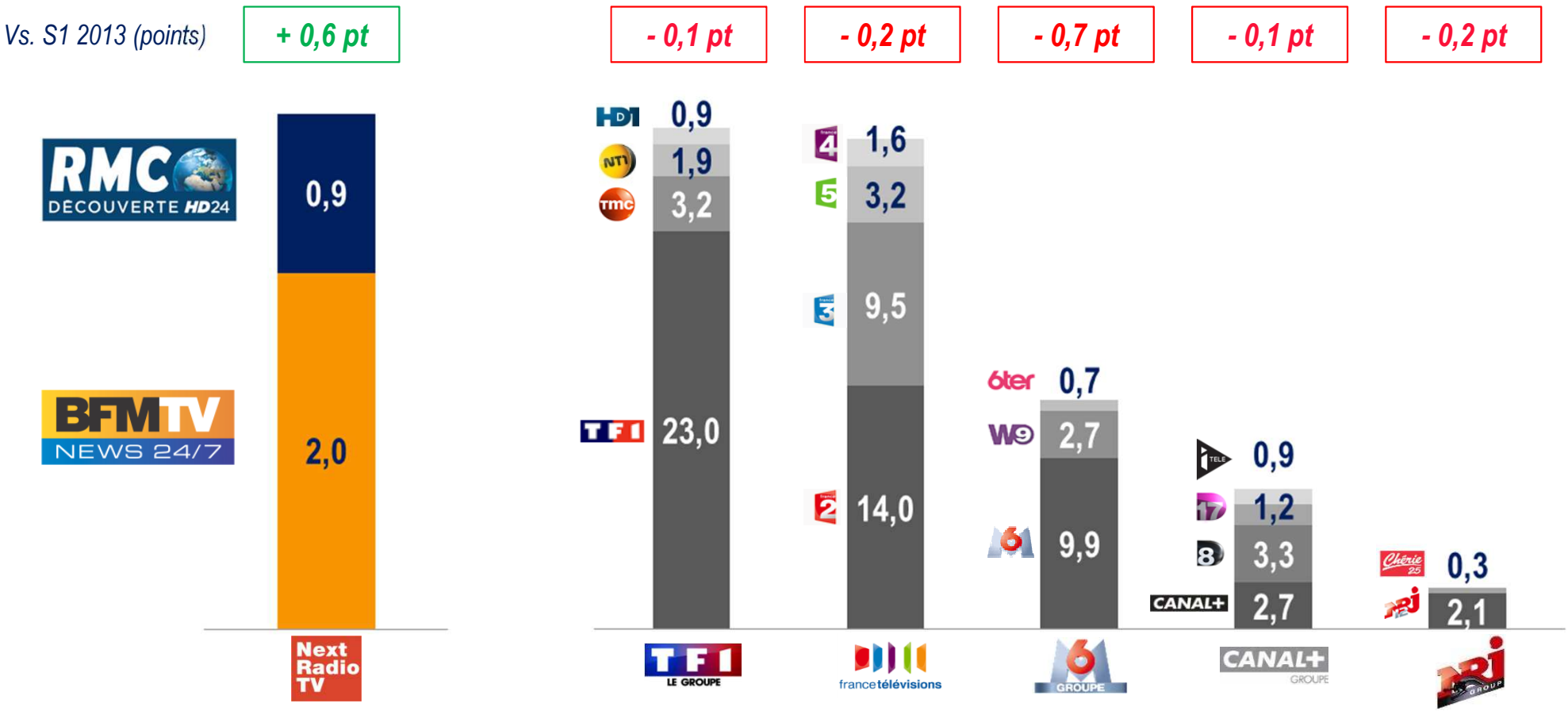
- **RMC Découverte multiplie son CA par 2**
  - **1ère chaîne TNT HD avec 0,9% de PDA** moyenne

Sources : Médiamétrie – Médiamat mensuel – part d'audience (%) – LàD 3h/27h – 4 ans et +

Faits marquants – Division TV

⇒ *NextRadioTV, seule progression d'audience du paysage TV gratuit*

En PDA nationales moyennes du S1 2014 (%)



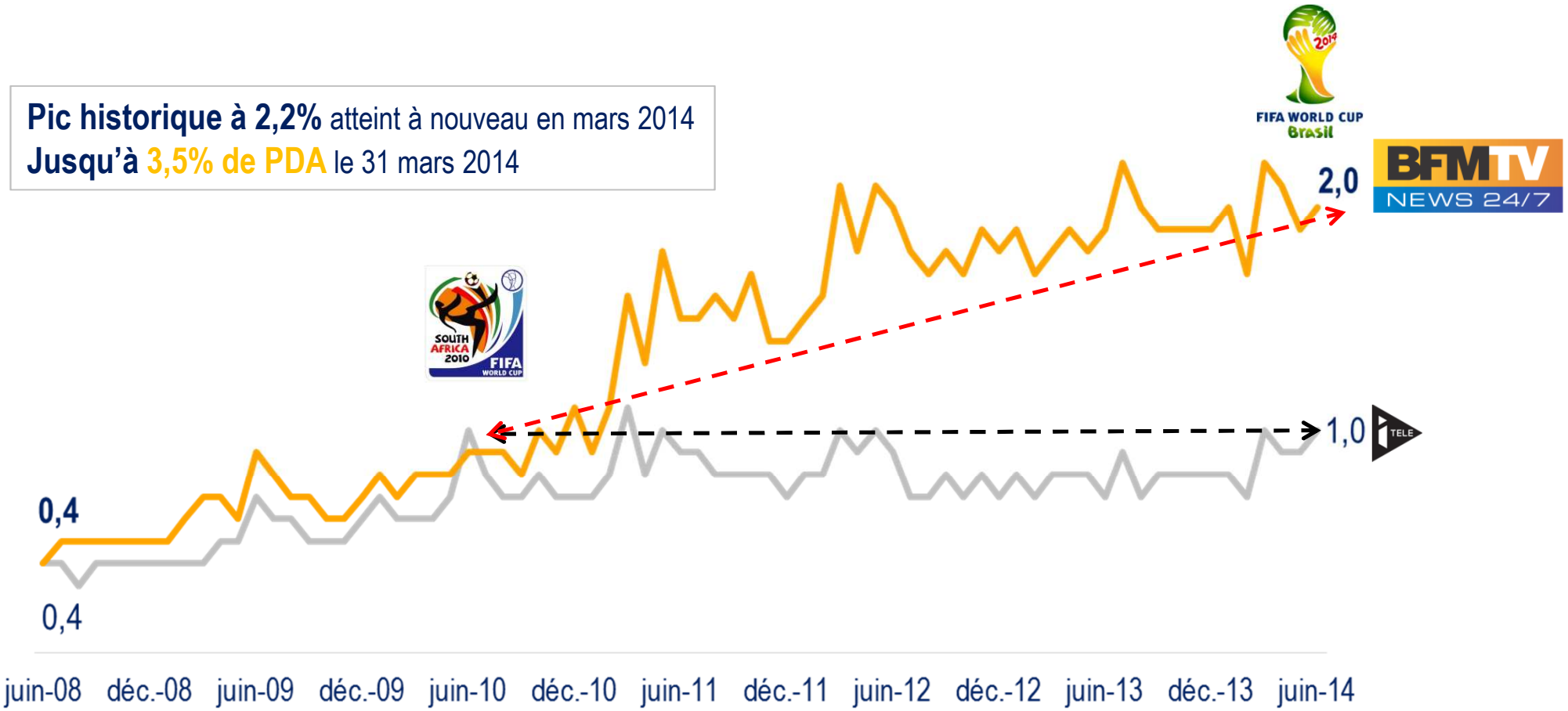
Source : Médiamétrie – Médiamat mensuel – part d'audience (%) – LàD 3h/27h – 4 ans et +

Faits marquants – BFMTV

⇒ *BFMTV double son audience en 4 ans*

Évolution de la PDA nationale (%)

Pic historique à 2,2% atteint à nouveau en mars 2014
Jusqu'à 3,5% de PDA le 31 mars 2014

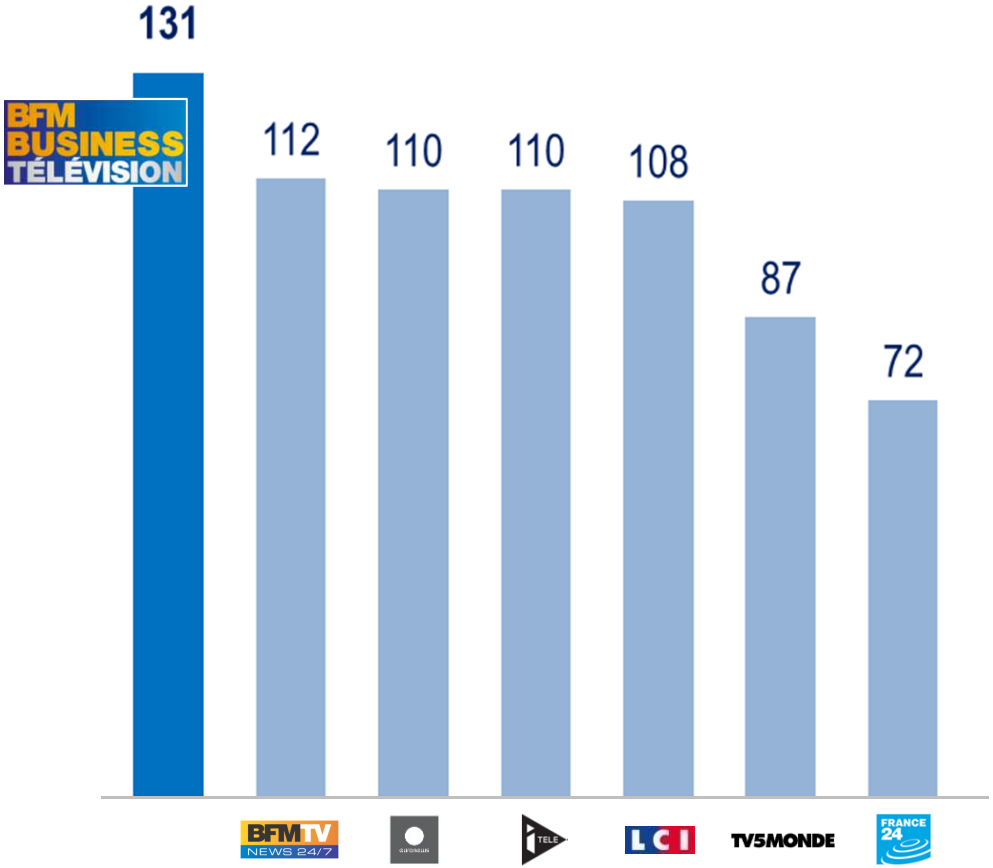


Source : Médiamétrie – Médiamat mensuel – part d'audience (%) – LàD 3h/27h – 4 ans et +

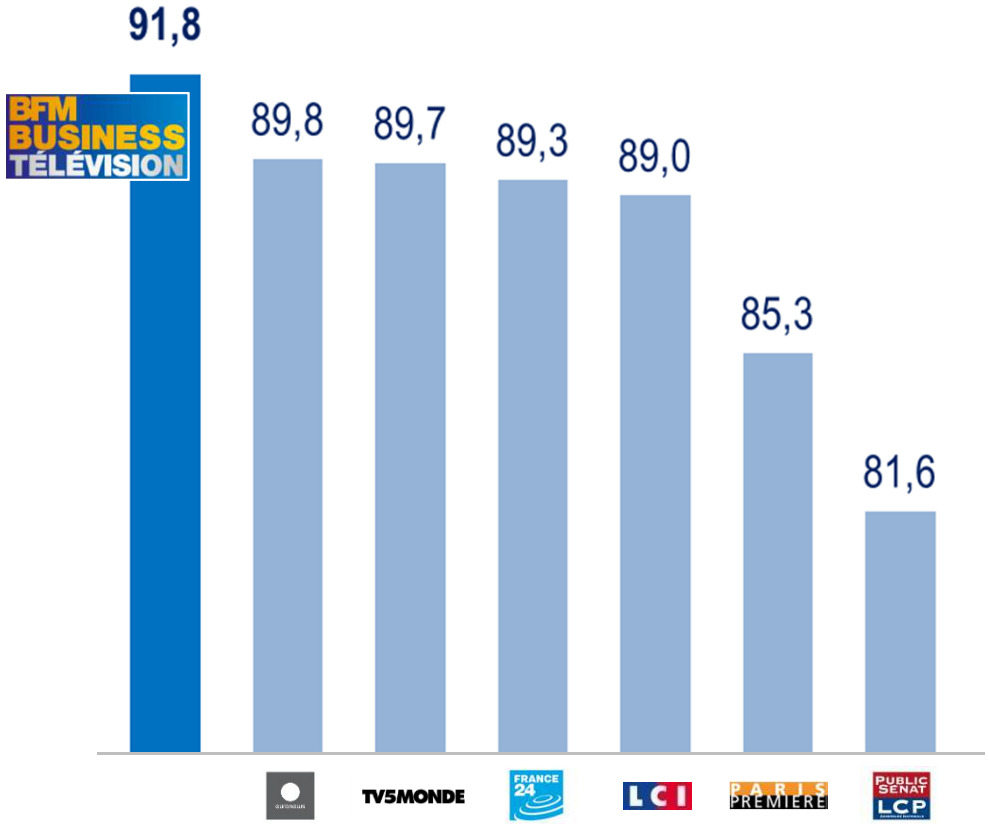
Faits marquants – BFM Business TV

⇒ *BFM Business, 1ère chaîne d'info économique et financière*

En indices d'affinité des cadres et dirigeants aisés



En revenu moyen par foyer et par an – en milliers d'euros
Base population Premium de France

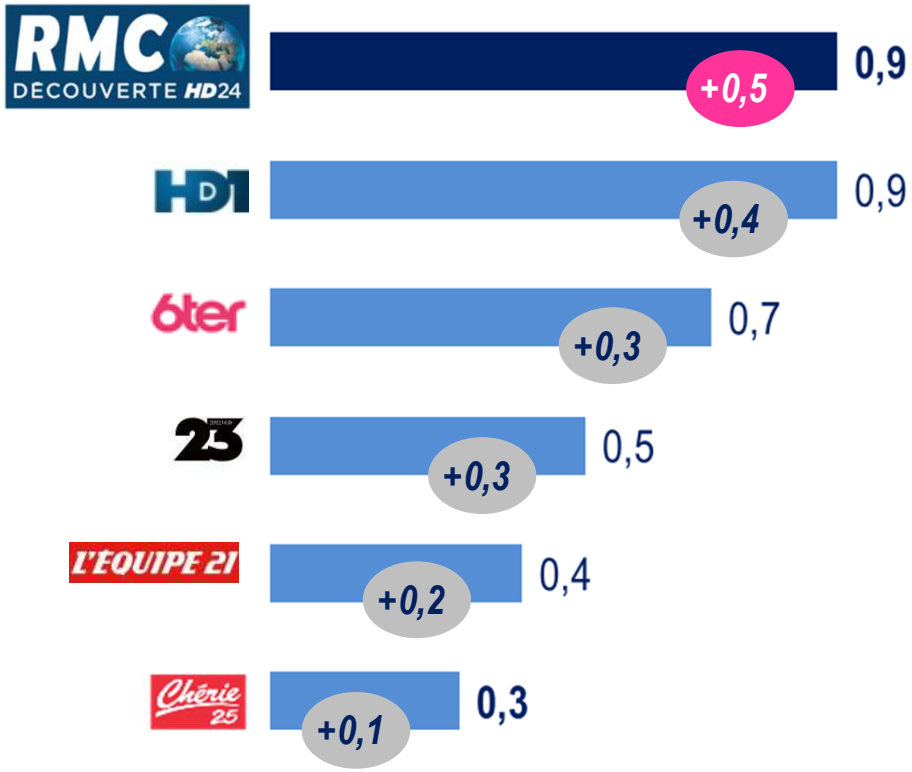


Source : Audience régulière (tous les jours ou presque) – Audipresse Premium 2013 – cadres et dirigeants aisés : revenu >65 K€ par an et par foyer

Faits marquants – RMC Découverte

⇒ *RMC Découverte, numéro 1 de la TNT HD ex-aequo avec HD1*

En PDA nationales moyennes du S1 2014 (%) et évolution vs. S1 2013 (points)



- **Plus forte progression TNT HD**
- **1ère** chaîne **TNT HD** sur les **moins de 50 ans** et les **cibles masculines**
- **21 millions** de téléspectateurs / mois
- **Record de 384 000** téléspectateurs pour **Top Gear** le 11 juin en prime time

Source : Médiamétrie – Médiamat mensuel – part d'audience (%) – LàD 3h/27h – 4 ans et +

Faits marquants – Division Radio

⇒ *33% de marge d'EBITDA*

- **Croissance de 6% du CA à 38,0 M€** pour la division Radio
  - **Superforme le marché en baisse de 3%**
- **EBITDA Radio de 12,5 M€, en hausse de +2%**
  - Coûts additionnels de couverture des événements sportifs par RMC

- **Nouvelle saison record pour RMC**
  - **50ème sondage en hausse** sur la vague janvier-mars
  - **Record de 10,4% de PDAC** sur cibles 25-49 ans en avril-juin

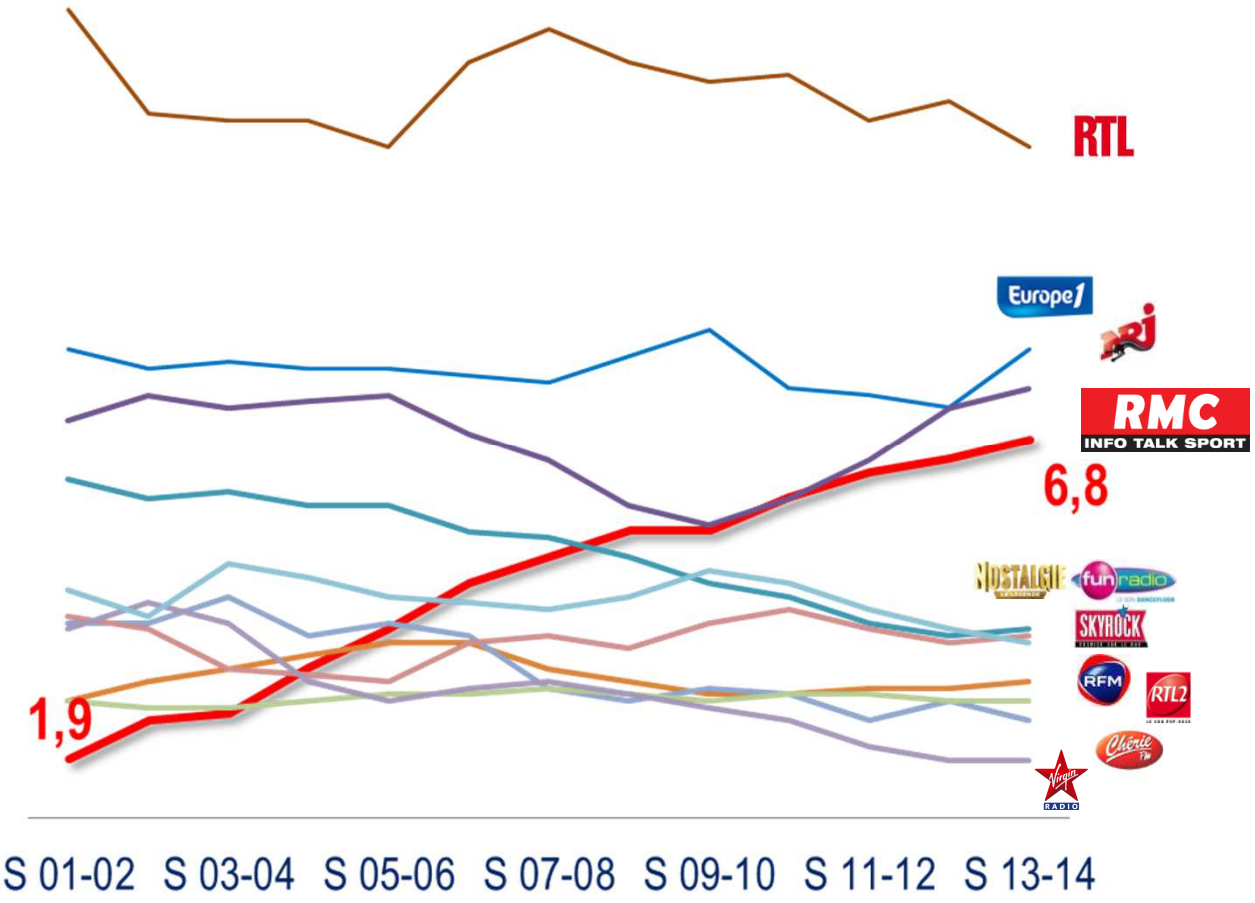
- **Augmentation de 14% du CA de BFM Business**

Sources : Médiamétrie 126 000 Radio / LàV – 5h/24h – PDAC : part d'audience commerciale dans l'univers des 16 réseaux de radios privées

Faits marquants – RMC Radio

⇒ *Nouvelle saison record pour RMC*

Évolution de la PDA nationale moyenne saisonnière (%)



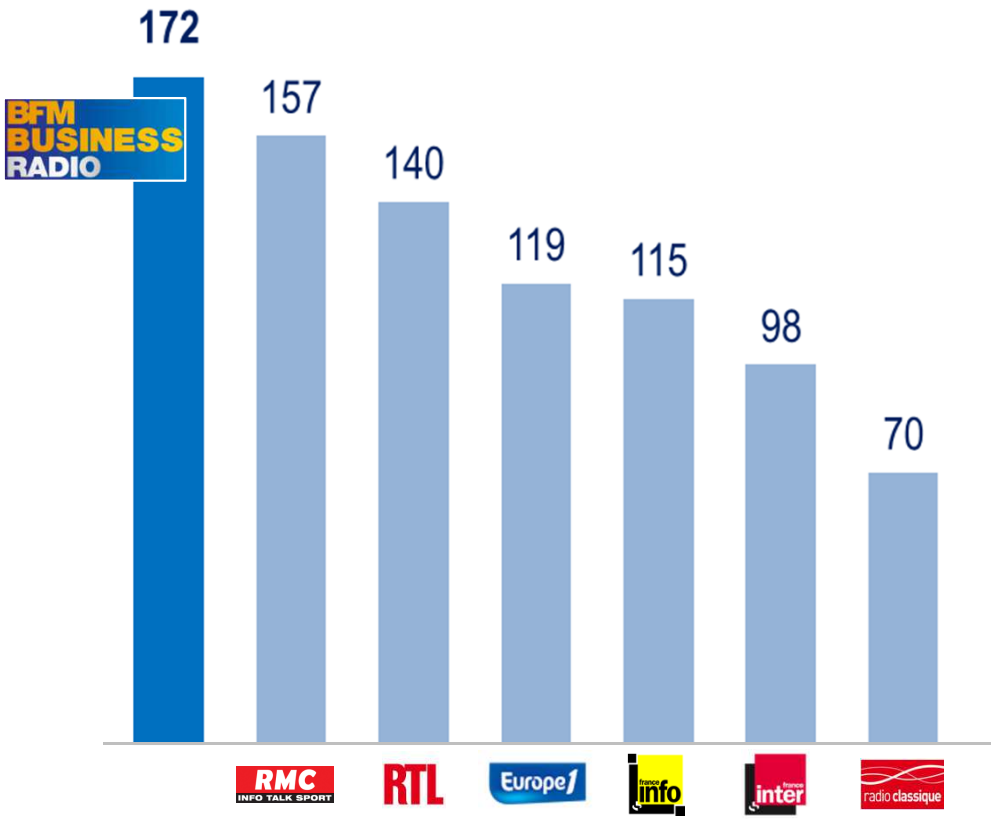
- **Plus de 4 millions d'auditeurs** chaque jour
- **1ère généraliste sur les moins de 50 ans**
- **1ère radio de France sur les hommes** de moins de 50 ans
- **2ème radio de France** sur les **25-49 ans**

Source : Médiamétrie 126 000 Radio – 13 ans et + – rankings sur PDA

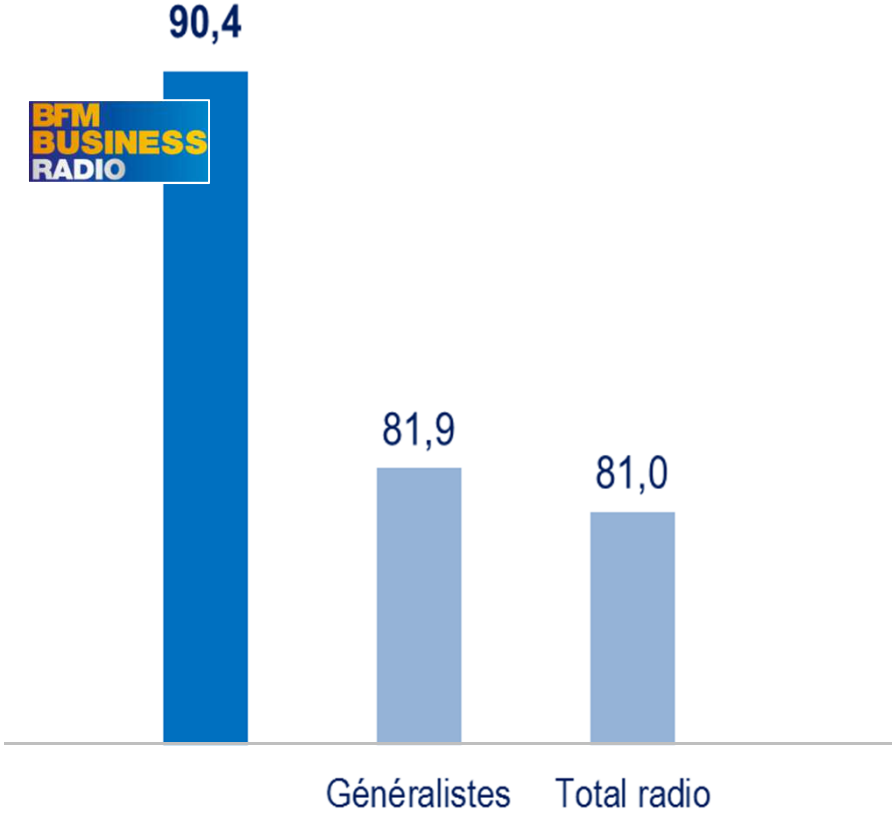
Faits marquants – BFM Business Radio

⇒ *BFM Business, 1ère radio d'information sur les cibles Premium*

En indices d'affinité des cadres et dirigeants aisés



En revenu moyen par foyer et par an – en milliers d'euros
Base population Premium de France



Source : Audience régulière (tous les jours ou presque) – Audipresse Premium 2013 – cadres et dirigeants aisés : revenu >65 K€ par an et par foyer

Faits marquants – Division Digital

⇒ ***CA stable mais coûts maîtrisés, réduction de la perte de 0,5 M€***

- **CA de 7,4 M€** pour la division Digital, soit -1% vs. S1 2013
- **Évolution structurelle du marché digital**
  - Déclin des formats classiques
  - Accélération progressive sur le mobile et la vidéo
- **EBITDA de -1,7 M€** vs. -2,2 M€ en 2013, soit **+0,5 M€**

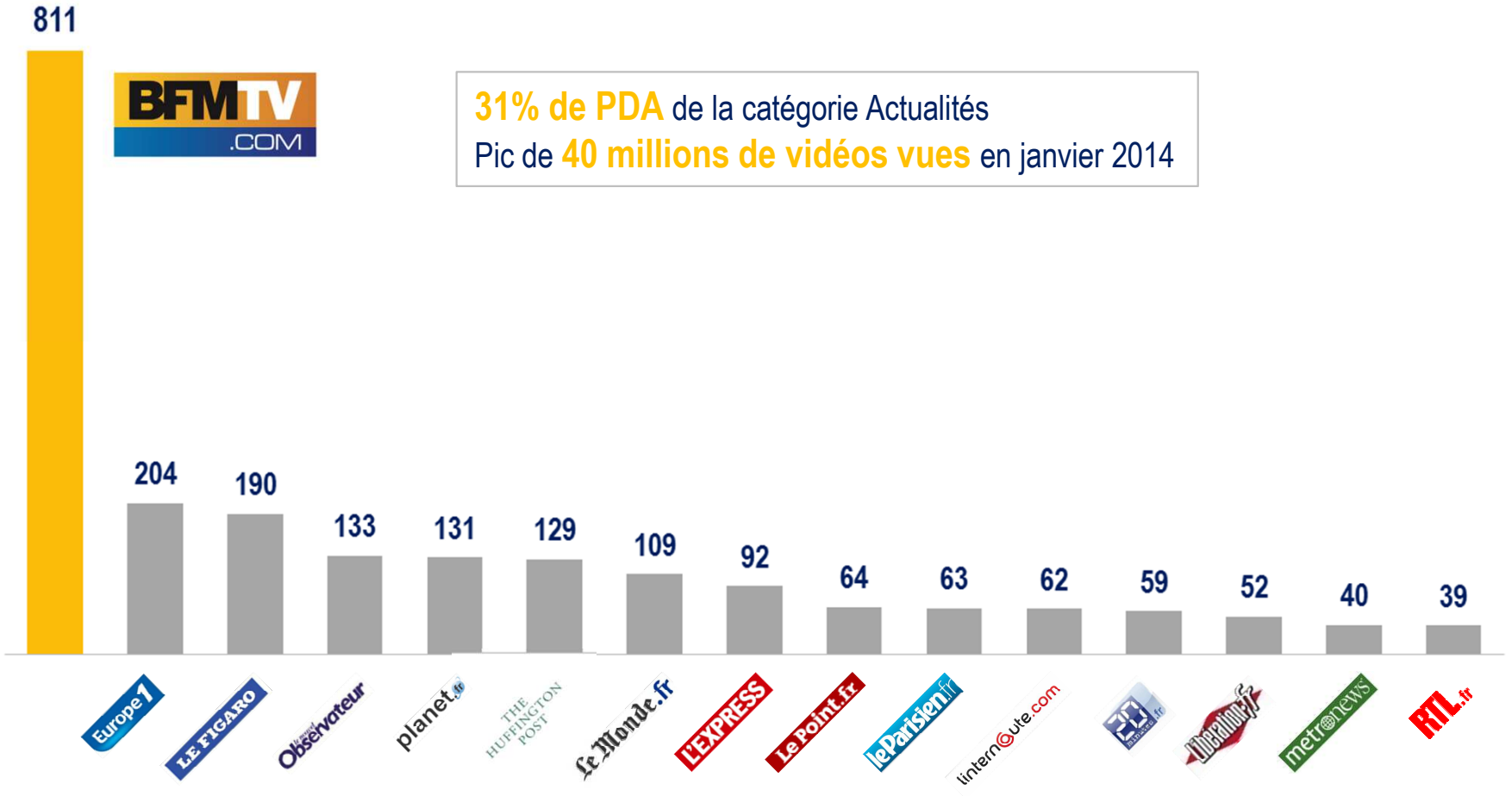
- Record de **7,1 millions VU**(1) pour **01net.com** sur l'info high-tech
- **bfmtv.com, 6ème site d'info de France** avec 18,3 millions de visites(2)
- Vidéos vues : **215 millions** au S1 2014, soit +93%(2)
- Visites mobiles : **126 millions** au S1 2014, +77%(2)

(1) Médiamétrie // NetRatings – audiences de janvier 2014
(2) Source éditeurs et OJD –nombre de vidéos vues sur l'ensemble des plateformes de diffusion

Faits marquants – Division Digital

⇒ *BFMTV.com : 1ère marque d'information vidéo sur le web*

En milliers d'heures vues par mois



Sources : Médiamétrie // NetRatings – Mesure Vidéo – catégorie Actualités – avril 2014 / Source éditeurs pour le nombre de vidéos vues sur l'ensemble des plateformes de diffusion

3. Présentation des résultats

Éléments financiers clés par division

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013	Var. (%)
TV	49,1	41,9	*+17%*
Radio	38,0	35,8	*+6%*
Digital	7,4	7,5	*-1%*
Autres activités	1,2	1,1	*+12%*
Chiffre d'affaires	95,7	86,3	*+11%*
Chiffre d'affaires et autres produits	95,8	86,4	*+11%*
EBITDA TV	4,3	4,7	*-9%*
EBITDA Radio	12,5	12,3	*+2%*
Marge d'EBITDA (%)	*33%*	*34%*	
EBITDA Digital	(1,7)	(2,2)	
EBITDA Autres activités	(0,2)	(0,1)	
EBITDA	14,9	14,7	*+1%*

Note : Données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1er octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

Compte de résultat consolidé

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013	Var. (%)
Chiffre d'affaires et autres produits	**95,8**	**86,4**	***+11%***
Charges de personnel	(41,0)	(37,6)	*+9%*
Autres charges	(39,9)	(34,1)	*+17%*
Total charges opérationnelles	***(80,9)***	***(71,7)***	***+13%***
EBITDA	**14,9**	**14,7**	***+1%***
EBIT	**12,4**	**12,0**	***+3%***
Coût de l'endettement financier net	(0,5)	(0,5)	
Charge d'impôts	(4,8)	(4,3)	*+11%*
Résultat net ajusté	**7,1**	**7,2**	***-1%***
Non récurrent	(0,3)	(0,0)	
Activités cédées	-	(3,7)	
Résultat net	**6,8**	**3,5**	***2,0x***

Note : Autres charges y-compris charges d'amortissement des documentaires

Bilan consolidé

En M€	30-juin-2014	31-déc-2013
Goodwill	108,2	108,2
Autres actifs	13,9	12,3
Impôts différés actifs	32,1	34,0
FDR d'exploitation	0,3	0,5
Trésorerie et équivalents	18,9	14,8
Total Actifs	173,4	169,7
Capitaux propres part du Groupe	123,4	119,2
Intérêts minoritaires	0,1	0,1
Provisions	5,5	5,7
Passifs financiers	44,4	44,8
Total Passifs	173,4	169,7
Dette Brute	(44,4)	(44,8)
Trésorerie et équivalents	18,9	14,8
Dette nette	(25,5)	(30,0)
Dette nette / EBITDA 2013 (x)	*0,9x*	*1,0x*

Note : Retraitement des achats de documentaires en FDR d'exploitation

Évolution et composition de la dette

⇒ *Une situation financière solide au 30 juin 2014*

En M€

Total dettes : 44,4 M€ | **Dette nette : 25,5 M€** | **Total disponible : 42,4 M€**

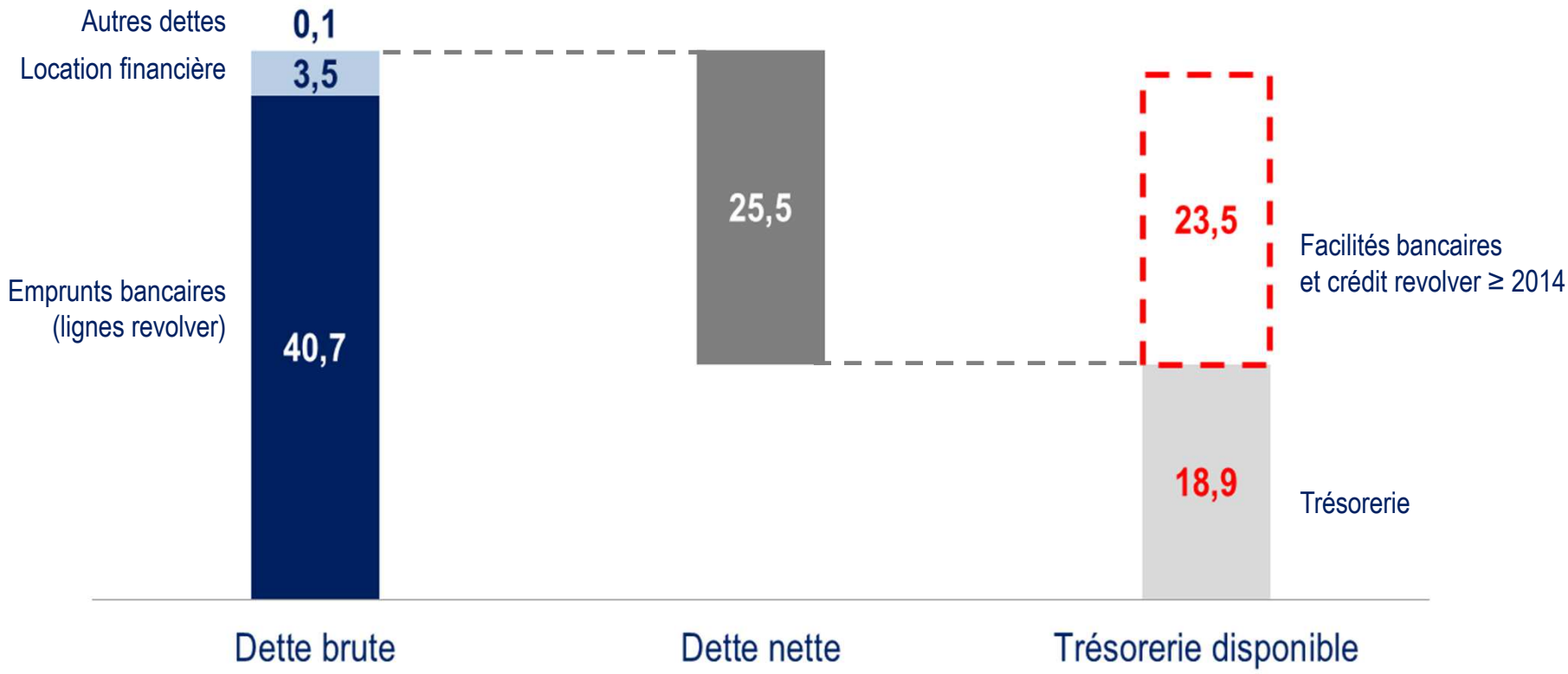


Tableau de flux de trésorerie

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013
Résultat net ajusté	**7,1**	**7,2**
Variation du BFR	0,2	(2,5)
Dotations aux amortissements et prov.	1,8	2,6
Coût de l'endettement financier net	0,5	0,5
Impôt différé	2,1	3,5
Autres éléments non récurrents	-	(0,0)
Cash flow opérationnel	**11,7**	**11,4**
Cash flow de l'investissement	**(4,0)**	**(3,1)**
Dividendes versés	(2,1)	(0,9)
Programme de rachat d'actions	(0,6)	-
Intérêts cash payés	(0,5)	(0,3)
Variation des passifs à long terme	(0,4)	(4,4)
Cash flow du financement	**(3,5)**	**(5,6)**
Cash flow avant activités cédées	**4,1**	**2,6**
Activités cédées	**-**	**(2,0)**
Variation de trésorerie	**4,1**	**0,6**
Trésorerie d'ouverture	14,8	11,6
Trésorerie de clôture	18,9	12,2

Note : Retraitement des achats de documentaires en variation du BFR

4. Perspectives

Perspectives – Division TV

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

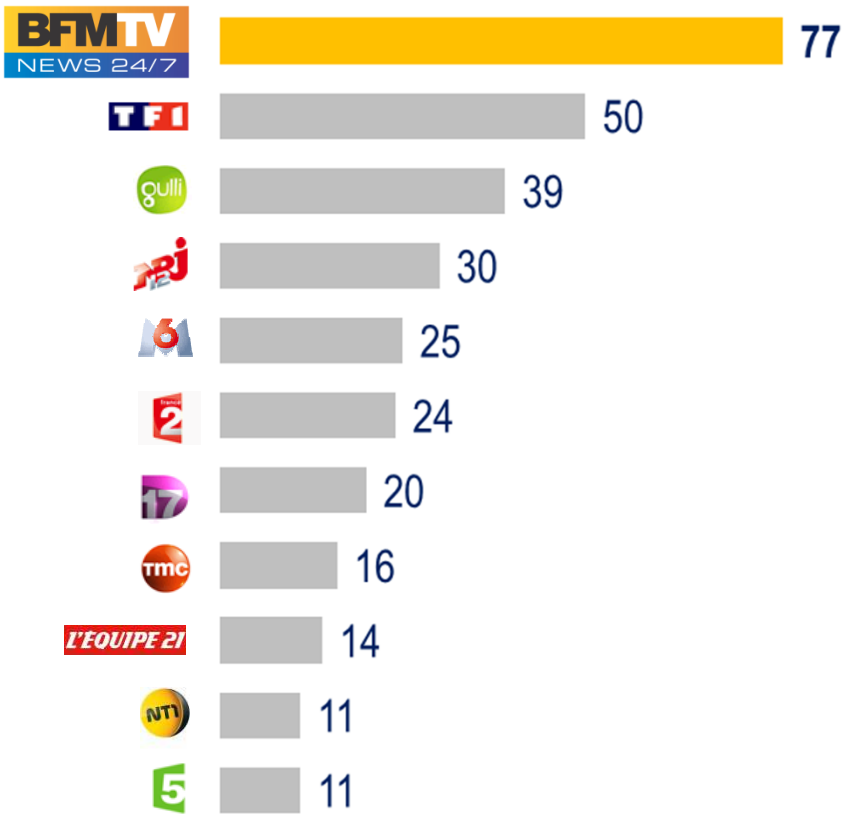
- **Intensifier les synergies entre les 3 chaînes**
- **Objectif LT : marge TV de l'ordre de 30%**
  - Gains de PDM grâce à la **structure d'audience premium**
- **Consolider la notoriété de BFM Business**
- **Point mort à horizon 2016** pour RMC Découverte
  - **Progression de l'audience** grâce à son positionnement unique
  - Objectif de **doubler le CA 2013** en 2014 maintenu

⇒ **Croissance de CA à deux chiffres au S2 2014**

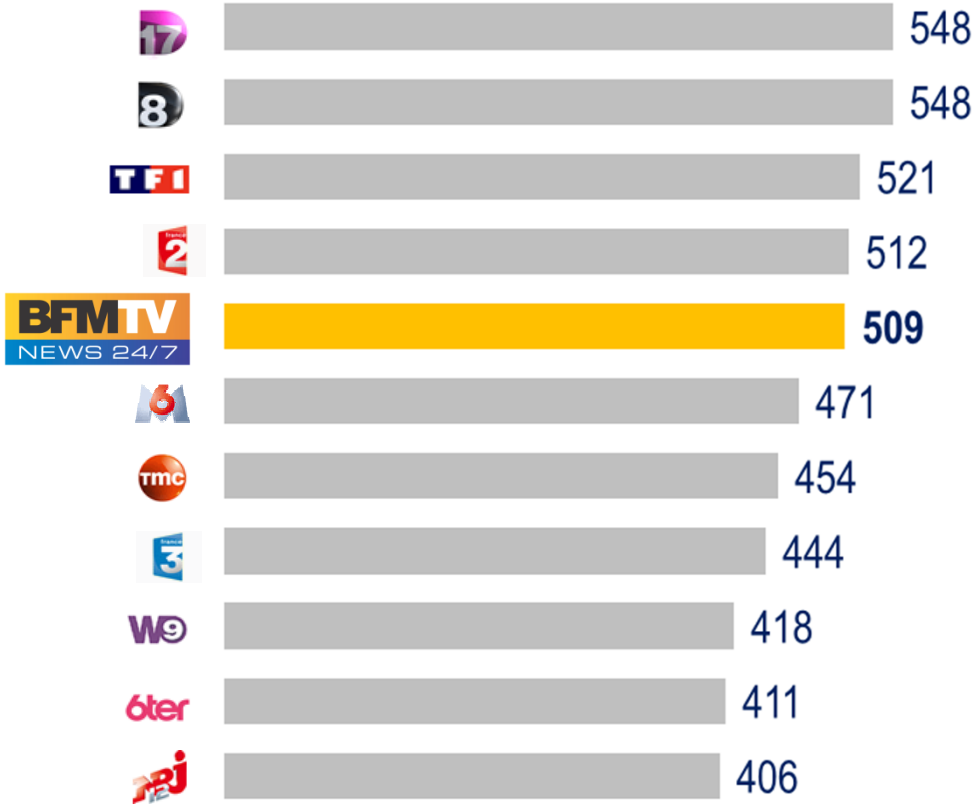
Perspectives – BFMTV

⇒ *BFMTV, numéro 1 en annonceurs exclusifs*

En nombre d'annonceurs exclusifs



En nombre d'annonceurs actifs



Source : Estimations NextRadioTV – 1er semestre 2014 – LàD 3h/27h – Univers des chaînes publiques

Perspectives – RMC Découverte

⇒ *RMC Découverte dévoile ses productions originales de la rentrée 2014*

VOYAGES & ART DE VIVRE

Des îles et des ailes

REAL LIFE

Hors-piste à Chamonix

HISTOIRE & INVESTIGATIONS

Les traces cachées

AVENTURES & ANIMAUX

Drôles de défis

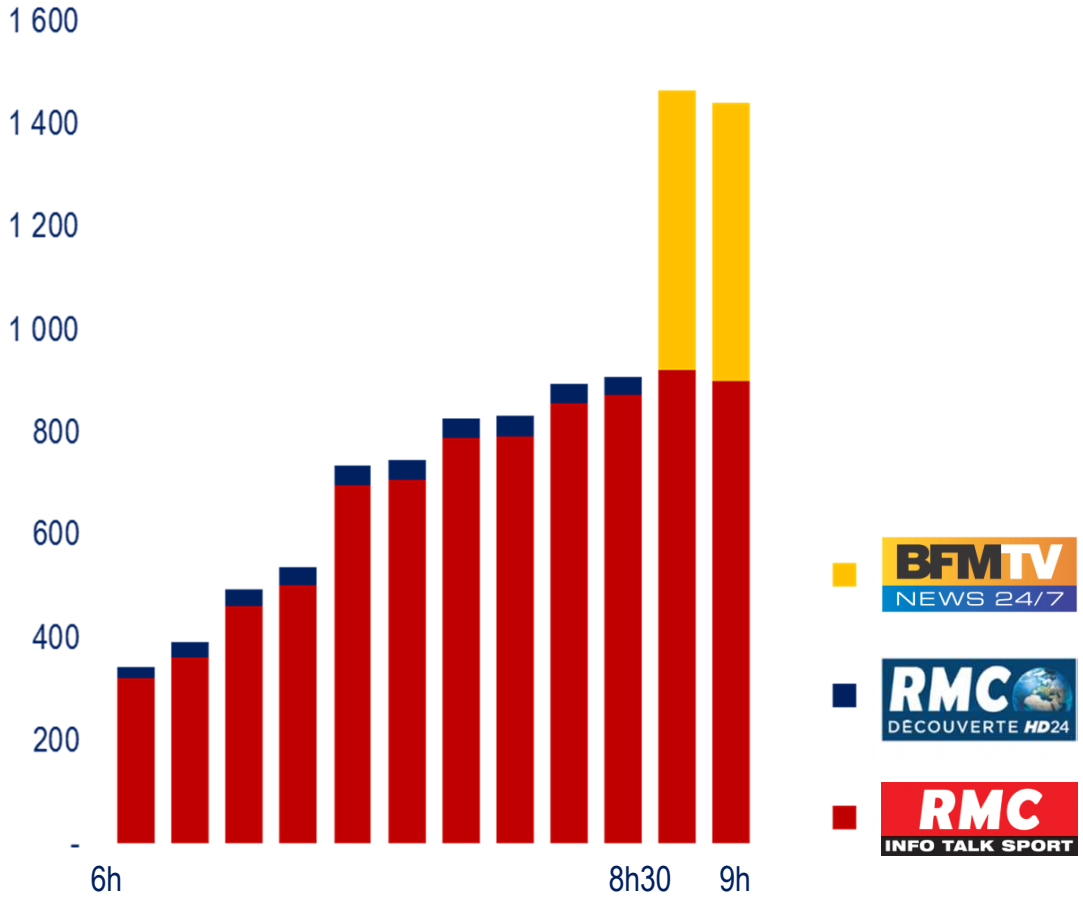
SCIENCES & TECHNOLOGIES

Chasseurs de tornades

Perspectives – Synergies TV / Radio

⇒ *La matinale de J.-J. Bourdin en direct et en simultané TV / Radio*

Audience moyenne par quart d'heure – en milliers



Source TV : Médiamétrie Médiamat – 4+ LàV – saison 2013-2014 – Source Radio : Médiamétrie 126 000 – cible ensemble 13+ – QHM LàV 6h/10h – saison 2013-2014
Note : audiences TV et Radio non dédupliquées

Perspectives – Division Radio

⇒ ***Consolidation de la rentabilité de l'activité Radio (33% de marge)***

- Poursuivre le **déploiement de l'audience de RMC**
  - Absence de fréquences dans 18 des 55 villes > 100 000 hab.
- Réussir le lancement de la **saison 2014-2015**
  - Capitaliser sur la **réussite de la Coupe du Monde de Football**
  - Multiplier les événements tels que les **Trophées PME**
- Multiplier les **événements labellisés BFM Business**
  - **10ème édition des BFM Business Awards** au S2 2014
  - Lancement d'un nouvel événement prévu au S1 2015

⇒ **Croissance du CA et maintien de la rentabilité au S2 2014**

Perspectives – Division Digital

⇒ ***Imposer BFMTV comme LA marque d'info de référence sur le digital***

- Consolider le **leadership de BFMTV.com sur la vidéo**
  - Objectif de **50 millions de vidéos vues**/mois d'ici fin 2014
- Devenir **n°1 de l'info sur le mobile**
  - Un marché pub **mobile sous investi** vs. internet fixe
- Fort potentiel de **croissance de l'audience web**
  - 84% du public de BFMTV s'informe sur le web
- Objectif d'atteindre **l'équilibre reporté à 2015**
  - Continuer la bonne maîtrise des coûts

⇒ **Croissance du CA et réduction de la perte au S2 2014**

Source: étude CSA pour BFMTV – juin 2013

Perspectives – Division Digital (suite)

⇒ *Les marques d'info TV, l'avenir de l'information digitale*

	Ranking sites d'info aux USA	Ranking sites d'info en France
#1	THE HUFFINGTON POST	Le Monde
#2	CNN	LE FIGARO
#3	The New York Times	le Parisien
#4	FOX NEWS Channel	le nouvel Observateur
#5	NBC	20 minutes .fr
#6	MailOnline	BFMTV .COM

Sources : USA – Classement des sites par VU – eBizMBA – juillet 2014 / France – Classement des sites par visites – OJD – juin 2014

5. Annexes

Éléments financiers clés – TV

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013	Var. (%)
Chiffre d'affaires	49,1	41,9	+17%
Autres produits de l'activité	-	-	
Chiffre d'affaires et autres produits	49,1	41,9	+17%
Charges de personnel	(20,4)	(17,5)	+17%
Autres charges	(24,4)	(19,7)	+24%
Total charges opérationnelles	*(44,7)*	*(37,2)*	**+20%**
EBITDA	4,3	4,7	-9%
Marge (%)	*9%*	*11%*	
Dotations aux amortissements	(1,6)	(1,9)	
EBIT	2,7	2,8	-4%
Marge (%)	*6%*	*7%*	

Note : L'amortissement des programmes est présenté en autres charges d'exploitation

Faits marquants – BFMTV

⇒ *BFMTV, 1ère marque d'information de France*

TELEVISION

10 MILLIONS

TELESPECTATEURS PAR JOUR

PRESSE QUOTIDIENNE GRATUITE

4 376 000

LECTEURS CHAQUE JOUR

PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE

1 332 000

LECTEURS CHAQUE JOUR

RADIO

3 992 000

AUDITEURS CHAQUE JOUR

INTERNET

391 000

INTERNAUTES CHAQUE JOUR

Source TV : Médiamétrie – Médiamat mensuel – LàD 3h/27h – 4 ans et + – Source Digital : Médiamétrie//Netratings – moyenne de janvier à avril 2014

Éléments financiers clés – Radio

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013	Var. (%)
Chiffre d'affaires	38,0	35,8	+6%
Autres produits de l'activité	-	-	
Chiffre d'affaires et autres produits	38,0	35,8	+6%
Charges de personnel	(14,0)	(13,5)	+3%
Autres charges	(11,5)	(10,1)	+15%
Total charges opérationnelles	*(25,5)*	*(23,5)*	*+8%*
EBITDA	12,5	12,3	+2%
Marge (%)	*33%*	*34%*	
Dotations aux amortissements	(0,4)	(0,4)	
EBIT	12,1	11,9	+2%
Marge (%)	*32%*	*33%*	

Faits marquants – RMC Radio

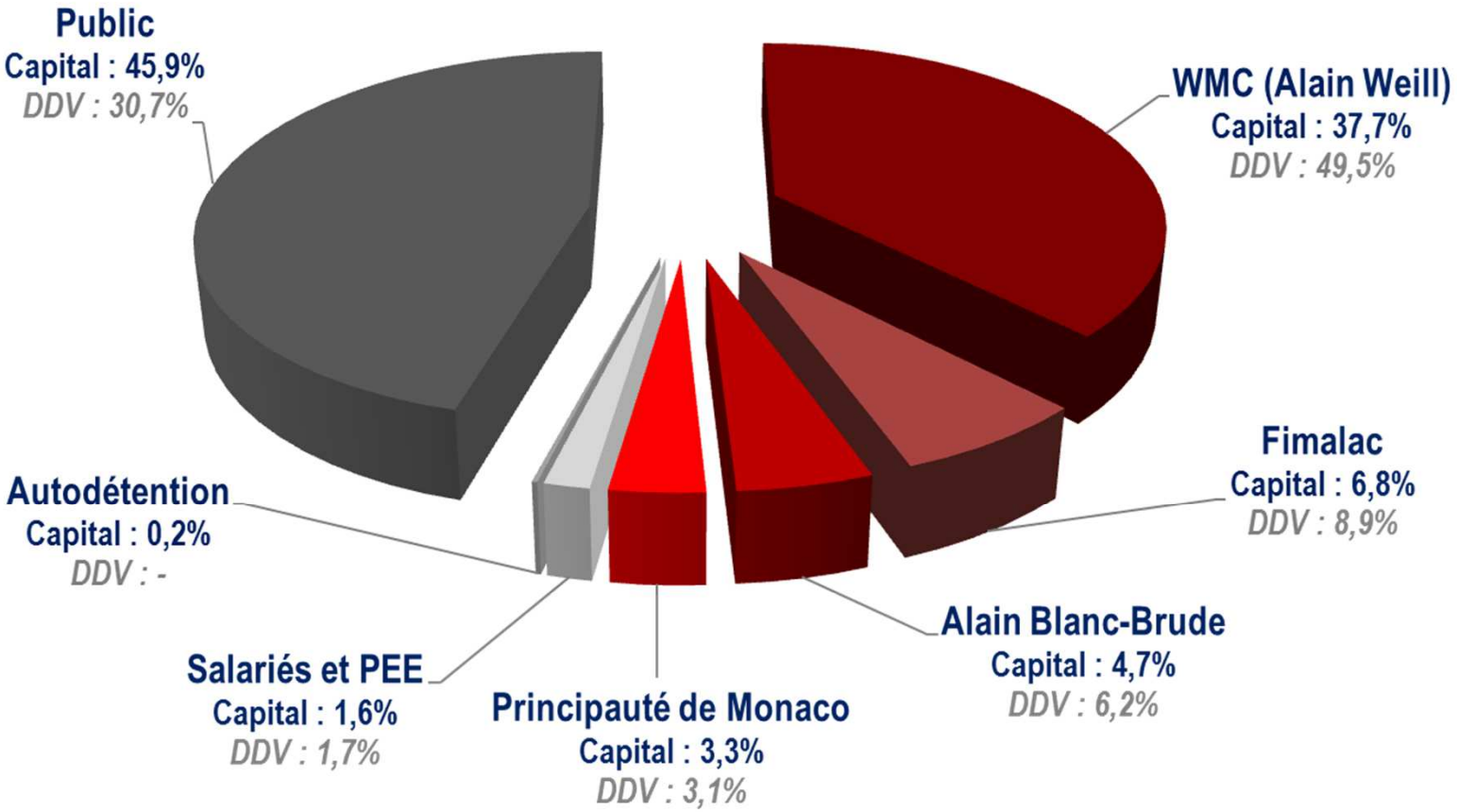
⇒ *RMC devant Europe 1 et RTL plus de 70% de la journée sur les - de 50 ans*

Sources : Médiamétrie 126 000 Radio – Quart d'heure moyen LàV 5h-24h – 13-49 ans – Saison de septembre 2013 à juin 2014

Éléments financiers clés – Digital

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013	Var. (%)
Chiffre d'affaires	7,4	7,5	*-1%*
Autres produits de l'activité	0,1	0,1	
Chiffre d'affaires et autres produits	7,5	7,6	*-1%*
Charges de personnel	(6,0)	(5,2)	*+15%*
Autres charges	(3,2)	(4,6)	*-30%*
Total charges opérationnelles	*(9,2)*	*(9,8)*	*-6%*
EBITDA	(1,7)	(2,2)	
Dotations aux amortissements	(0,4)	(0,3)	
EBIT	(2,0)	(2,5)	

Actionnariat du Groupe au 25 juillet 2014



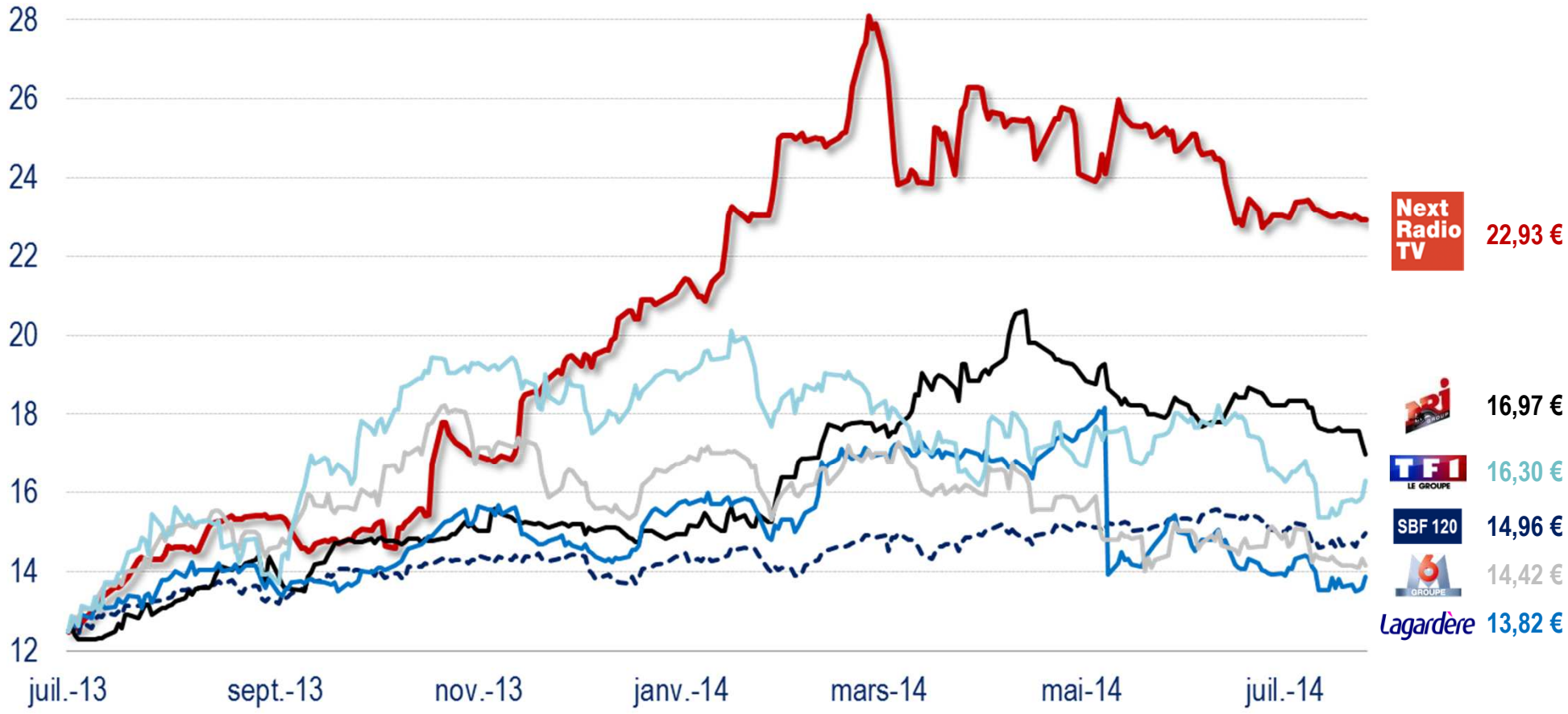
Nombre total d'actions : 16 096 556
Nombre total de DDV exerçables : 23 939 690(1)
Capitalisation boursière au 25 juillet 2014 : 369 M€
Cours de l'action NextRadioTV au 25 juillet 2014 : 22,93 €

(1) Nombre de droits de vote au 25 juillet 2014 hors actions auto-détenues et actions détenues dans le cadre du contrat de liquidité

Performance du cours de l'action

⇒ *L'action surperforme le marché*

Au 25 juillet 2014 – En € – retraité



Compte de résultat détaillé

En M€	30-juin-2014	30-juin-2013
TV	49,1	41,9
Radio	38,0	35,8
Digital	7,4	7,5
Autres	1,2	1,1
Chiffre d'affaires	95,7	86,3
Autres produits de l'activité et subventions	0,1	0,1
Chiffre d'affaires et autres produits	95,8	86,4
Charges de personnel	(41,0)	(37,6)
Impôts et taxes	(2,6)	(2,2)
Dotations aux provisions	1,0	(0,7)
Autres charges d'exploitation	(38,3)	(31,2)
Total charges opérationnelles	*(80,9)*	*(71,7)*
EBITDA	14,9	14,7
Dotations aux amortissements	(2,4)	(2,7)
EBIT	12,4	12,0
Coût de l'endettement financier net	*(0,5)*	*(0,5)*
Charge d'impôts	(4,8)	(4,3)
Résultat net ajusté	7,1	7,2
Non récurrent	(0,3)	(0,0)
Activités cédées	-	(3,7)
Résultat net	6,8	3,5
Intérêts minoritaires	(0,0)	(0,0)
Résultat net part du Groupe	6,8	3,5

Note : L'amortissement des programmes est présenté en autres charges d'exploitation

Activités du Groupe

Télévision

CA 2013 : 81,5 M€

10 millions
Téléspectateurs par jour

- Lancée en novembre 2005
- **1ère chaîne d'info** de France
- **35,9 millions de téléspectateurs /** mois

3,3 millions
téléspectateurs par mois

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

20,7 millions
téléspectateurs par mois

- Lancée en décembre 2012
- **0,9% de PDA**

Radio

CA 2013 : 75,0 M€

4 millions
auditeurs quotidiens

- Acquisition de la radio RMC en 2000
- Repositionnement **Info-Talk-Sport**
- **4e radio privée** de France, 6,8% de PDA sur la saison 2013-14

1 million
auditeurs par semaine

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

Digital

CA 2013 : 15,1 M€

6,3 millions
visiteurs uniques par mois

- **Rachat** en 2007
- **4,2 millions** de vidéos vues par mois

31,6 millions
vidéos vues par mois

- **N°1 sur la vidéo**
- **3,9 millions** de visiteurs uniques

⇒ ***Les applications mobiles de NextRadioTV :***

- **22 millions** de visites mobiles en juin
- 134 millions de PV en juin

Principaux agrégats

- EBITDA : Résultat opérationnel courant avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors actions gratuites, retraité de l'activité Print cédée le 1er octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies
- EBIT : Résultat opérationnel courant hors actions gratuites, retraité de l'activité Print cédée le 1er octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies
- Résultat net ajusté : résultat net ajusté de l'activité Print cédée le 1er octobre 2013 ainsi que des autres éléments non récurrents, et après réallocation des loyers et des frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies
- Marge d'EBITDA (%) : Marge calculée comme la part de l'EBITDA sur l'agrégat du chiffre d'affaires et des autres produits de l'activité

Communication financière

- Chiffre d'affaires du 3ème trimestre 2014 — Jeudi 16 octobre 2014
- Chiffre d'affaires annuel 2014 — Mardi 27 janvier 2015

Liminaire

- 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 de revue limitée sur les comptes consolidés ont été effectuées par les commissaires aux comptes. Leurs rapports seront émis après la finalisation des procédures requises pour les besoins de la publication du rapport financier semestriel.

Notes