

Résultats semestriels 2015

Paris, le 29 juillet 2015

Chiffre d'affaires de 106,2 M€, +11%

EBITDA IFRS⁽¹⁾ de 23 M€, +31%

EBITDA ajusté⁽²⁾ de 17,9 M€, +20%

EBIT⁽³⁾ de 15,2 M€, +22%

Résultat net de 8,7 M€, +27%

- **EBITDA TV ajusté⁽²⁾ de 8,4 M€, multiplié par près de 2**
 - CA TV en hausse de 25% à 61,2 M€
 - Audiences : bons résultats pour BFMTV et nouveaux records pour RMC Découverte
 - RMC Découverte à l'équilibre en EBITDA⁽²⁾
- **EBITDA Radio de 10,7 M€, soit 29% de marge**
 - CA Radio de 36,8 M€ (-3%) dans un marché baissier
 - Baisse des charges opérationnelles de RMC en l'absence d'actualité sportive
 - Coûts additionnels des nouveaux événements BFM Business
- **EBITDA Digital de -1,3 M€, réduction de la perte de 0,4 M€**
 - CA Digital de 7,2 M€ (-2%)
 - Intégration réussie de MoneyWeb au T2 2015
 - Bonne maîtrise des charges opérationnelles (-7%)
- **Structure financière solide : dette nette de 25,6 M€, soit 0,6x l'EBITDA 2014 IFRS⁽¹⁾**

(1) EBITDA IFRS : résultat opérationnel courant avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors éléments non récurrents et hors actions gratuites

(2) EBITDA ajusté : résultat opérationnel courant y compris dotations nettes aux amortissements des programmes présentées en autres charges, avant déduction des autres dotations nettes aux amortissements, hors éléments non récurrents et hors actions gratuites

(3) EBIT : résultat opérationnel courant hors éléments non récurrents et hors actions gratuites

Performances des activités au 1^{er} semestre 2015

EBITDA TV ajusté⁽²⁾ de 8,4 M€ (13,5 M€ en IFRS), multiplié par près de 2

La division TV surperforme un marché TV en reprise (+3%) et enregistre une progression de 25% de son chiffre d'affaires. Elle dégage un EBITDA positif de 8,4 M€, soit près de 2 fois l'EBITDA TV du 1^{er} semestre 2014. BFMTV atteint 2,2% de PDA moyenne sur le semestre (Médiamétrie) et conforte ainsi sa position de 1^{ère} chaîne d'info de France. La chaîne enregistre une marge d'EBITDA de l'ordre de 20%.

RMC Découverte poursuit sa montée en puissance sur la TNT grâce à une programmation enrichie par des productions originales, telle que la 1^{ère} saison de Top Gear France. La chaîne établit de nouveaux records sur la TNT HD avec 1,3% de PDA moyenne sur le semestre et jusqu'à 1,5% de PDA mensuelle en avril et mai 2015 (Médiamétrie). Elle fait plus que doubler ses recettes publicitaires et atteint l'équilibre en termes d'EBITDA, seulement deux ans et demi après son lancement.

Enfin, BFM Business TV, 1^{ère} chaîne d'info économique et financière, bénéficie du succès de nouveaux événements (01Business Forum, Grands Prix de la Bourse, Grands Prix de l'Export). Elle enregistre un chiffre d'affaires en forte hausse (+41%) et une réduction de sa perte de 0,5 M€.

La division TV devrait capitaliser sur ses bons résultats d'audience pour continuer à afficher une croissance à deux chiffres de ses recettes et une progression de son résultat opérationnel au S2 2015.

EBITDA Radio de 10,7 M€, soit 29% de marge

Dans un marché défavorable (-4%), la division Radio enregistre une baisse de 3% de ses recettes et maintient une marge d'EBITDA de près de 30%, une des rentabilités les plus fortes du secteur.

RMC clôture la saison 2014-2015 avec de bons résultats d'audience : elle dépasse Europe 1 sur les CSP+ pour la 3^{ème} fois consécutive (en PDA nationale et en structure) et devient la 2^{ème} radio d'Ile-de-France, devant Europe 1, NRJ et France Inter (Médiamétrie – avril-juin 2015). La station confirme aussi son statut de 1^{ère} radio de France sur les hommes de moins de 50 ans. L'absence d'événement sportif en comparaison avec le S1 2014 (Coupe du Monde de Football au Brésil) pénalise RMC en termes de recettes mais engendre aussi une baisse des coûts variables liés à l'actualité, permettant à la station de maintenir une marge d'EBITDA supérieure à 30%. Le lancement de nouveaux événements permet à BFM Business Radio d'afficher une croissance à deux chiffres de ses recettes publicitaires mais pèse sur la marge de la station.

Les bons résultats d'audience de RMC et la reprise de l'actualité sportive avec la Coupe du Monde de Rugby devraient permettre à la division Radio de retrouver une dynamique de croissance au S2 2015.

EBITDA Digital de -1,3 M€, réduction de la perte de 0,4 M€

Après un 1^{er} trimestre difficile (-11%), la division Digital renoue avec la croissance au 2^{ème} trimestre, grâce notamment à l'intégration réussie de MoneyWeb. Elle enregistre un chiffre d'affaires de 7,2 M€ (-2%) sur le semestre et parvient à réduire sa perte opérationnelle de 0,4 M€.

BFMTV.com se positionne dans le Top 10 des sites d'information grâce à une audience moyenne record de 4,3 millions de VU (Médiamétrie – à fin mai 2015), en hausse de 20%. Elle conforte son statut de 1^{ère} marque d'information vidéo sur le web avec 11,6 millions de vidéos vues sur le seul mois de mai, soit près de 3 fois l'audience de son concurrent le plus proche et 40% de PDA en nombre d'heures. Les coûts supplémentaires engendrés par le lancement du nouveau portail BFMTV.com en mars 2015 sont compensés par une croissance de près de 10% des recettes.

01net.com consolide une audience moyenne de 5,2 millions de VU et devient leader des marques vidéo d'actualité high-tech à compter de février (Médiamétrie). Le site enregistre une baisse importante de ses recettes issues du téléchargement mais affiche un résultat opérationnel en ligne avec le S1 2014 grâce à une bonne maîtrise de ses charges opérationnelles.

Au S2 2015, la division Digital devrait continuer à activer de nouveaux leviers d'accélération de l'audience : la refonte du site 01net.com et le lancement de nouvelles verticales éditoriales sur BFMTV.com offrent des perspectives de croissance positives pour 2016.

Structure financière : dette nette de 25,6 M€, soit 0,6x l'EBITDA 2014 IFRS⁽¹⁾

Le Groupe présente une situation financière solide au 30 juin 2015 avec un niveau d'endettement net de 25,6 M€. Il dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 27,8 M€ et d'autres facilités bancaires à hauteur de 7,0 M€.

Éléments financiers clés du 1^{er} semestre 2015

En M€	30-juin-2015	30-juin-2014	Var. (%)
TV	61,2	49,1	+25%
Radio	36,8	38,0	-3%
Digital	7,2	7,4	-2%
Autres activités	1,0	1,2	
Chiffre d'affaires	106,2	95,7	+ 11%
Chiffre d'affaires et autres produits	106,2	95,8	+ 11%
EBITDA TV	13,5	7,0	1,9x
EBITDA Radio	10,7	12,5	-14%
EBITDA Digital	(1,3)	(1,7)	+21%
EBITDA Autres activités	0,1	(0,2)	
EBITDA IFRS⁽¹⁾	23,0	17,5	+ 31%
EBIT⁽³⁾	15,2	12,4	+ 22%
Résultat net ajusté⁽⁴⁾	8,9	7,1	+ 25%
Non récurrent	(0,2)	(0,3)	
Résultat net	8,7	6,8	+ 27%
EBITDA TV ajusté	8,4	4,3	2,0x
EBITDA ajusté⁽²⁾	17,9	14,9	+ 20%

- (1) EBITDA IFRS : résultat opérationnel courant avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors éléments non récurrents et hors actions gratuites
- (2) EBITDA ajusté : résultat opérationnel courant y compris dotations nettes aux amortissements des programmes présentées en autres charges, avant déduction des autres dotations nettes aux amortissements, hors éléments non récurrents et hors actions gratuites
- (3) EBIT : résultat opérationnel courant hors éléments non récurrents et hors actions gratuites
- (4) Résultat net ajusté : résultat net ajusté des éléments non récurrents et hors actions gratuites

Note : Les procédures de revue limitée sur les comptes consolidés semestriels 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. Par ailleurs, le conseil d'administration du 28 juillet 2015 a examiné et arrêté les comptes consolidés au 30 juin 2015.