

## Résultat opérationnel courant Radio de 6,6 M€ (en hausse de 47%) Pertes limitées, pour BFM TV, à 4,4 M€

Le conseil d'administration de NextRadioTV, société mère de RMC, BFM, BFMTV et RMC Régie, réuni le 15 septembre 2006, a examiné les comptes du premier semestre 2006 qui se présentent comme suit :

En millions d'euros	30.06.2006	30.06.2005	31.12.2005	Var S1.06 / S1.05
Chiffre d'Affaires RADIO	24,5	19,7	39,9	24%
Chiffre d'Affaires TV	2,2	-	0,1	-
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>26,7</b>	<b>19,7</b>	<b>40,0</b>	<b>36%</b>
Résultat opérationnel RADIO	6,6	4,5	9,1	47%
Résultat opérationnel TV	-4,4	-	-2,8	-
<b>Résultat opérationnel consolidé</b>	<b>2,2</b>	<b>4,5</b>	<b>6,3</b>	<b>-51%</b>
Coûts de l'endettement financier	-0,4	-0,7	-1,2	-43%
Impôts	0,1	-1,3	-2,9	-108%
<b>Résultat net</b>	<b>1,9</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>-24%</b>

### Activité RADIO : résultat opérationnel en hausse de 47%. Forte progression de la marge d'exploitation.

Au premier semestre 2006, le chiffre d'affaires publicitaire Radio s'élève à 24,5 M€, en progression de 4,8 M€, soit près de 24 %. Dans le même temps, le marché publicitaire radio national est resté stable sur ces mêmes périodes.

Le résultat courant opérationnel progresse de 47% à 6,6 M€. La marge opérationnelle (ratio résultat opérationnel / chiffre d'affaires) est de 27% contre 22,8% au premier semestre 2005. Au cours du premier semestre 2006, la rentabilité marginale de l'activité radio est de 44% (ratio progression du résultat opérationnel / progression du chiffre d'affaires). Cette rentabilité, ainsi que la marge opérationnelle, devraient continuer à progresser lors des prochains mois.

### Activité TELEVISION : pertes conformes aux prévisions et limitées à 4,4 M€. Modèle économique validé.

Le chiffre d'affaires de BFMTV ressort à 2,2 M€ au premier semestre 2006, quelques mois seulement après son lancement. BFMTV a réalisé la meilleure performance des nouveaux entrants dans l'univers TNT.

Les pertes constatées au 30 juin 2006 sont conformes au plan d'affaires. Le bon niveau de recettes publicitaires et l'audience de BFMTV, première chaîne d'information de la TNT, ont permis de développer la chaîne plus rapidement que prévu avec le lancement de la V2 dès mai 2006. Les performances d'audience et de commercialisation réalisées permettent de valider le format de la chaîne qui devrait continuer son développement rapide en raison du grand succès de la TNT en France.

### NextRadioTV

Le résultat consolidé ressort à 1,9 M€, niveau proche du résultat consolidé annuel 2005, malgré les pertes générées par le lancement de BFM TV, financée par les excellents résultats de l'activité radio.

### Perspectives

RMC devrait confirmer, lors de la publication prochaine du premier sondage estival, les très bons résultats d'audience obtenus lors des dernières études (Médiamétrie avril-juin créditant RMC de 4,9% d'audience cumulée). Les mises en portefeuille actuelles (supérieures à ce jour au chiffre d'affaires réalisé au titre de l'exercice 2005) sont encourageantes et devraient permettre au Groupe de surperformer encore largement le marché publicitaire sur le second semestre de l'exercice.

Le dernier sondage Ipsos Media FCA 2006 crédite BFM de 445 000 auditeurs cadres actifs par semaine, soit une progression de 14%, confirmant une fois de plus l'intérêt des auditeurs pour l'économie et l'univers des entreprises.

Dans l'environnement en croissance rapide de la TNT gratuite, l'audience cumulée de BFMTV ne cesse de croître trimestre après trimestre (près de 4 800 000 téléspectateurs hebdomadaires sur la période avril/juin 2006). Les performances commerciales du second semestre 2006 (2,1 M€ de mise en portefeuille à date) devraient aider au développement toujours maîtrisé de la chaîne.