

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE EN HAUSSE DE 4,8%

Le Groupe NextRadioTV enregistre au premier trimestre 2009 une progression de 4,8% de ses revenus sur son périmètre cible, avec un Chiffre d'Affaires qui s'établit à 28,4 millions d'euros au 31 mars 2009.

en millions d'euros	31-mars-09	31-mars-08	Var.
RADIO	12,5	12,1	+ 3,3%
TV	5,6	3,1	+ 80,6%
Groupe 01	9,7	11,8 (1)	- 17,8%
Chiffre d'affaires divers	0,6	0,1 (2)	
CHIFFRE D'AFFAIRES Cible	28,4	27,1	+ 4,8%
Activités cédées		0,6	
CHIFFRE D'AFFAIRES	28,4	27,7	+ 2,5%
Autres produits de l'activité	0,3	0,3	
CHIFFRE D'AFFAIRES et AUTRES PRODUITS	28,7	28,0	+ 2,5%

(1) Le chiffre d'affaires du Pôle Electronique (3 revues) précédemment classé en « Activités cédées ou à céder » est agrégé au chiffre d'affaires « Groupe 01 » au 31 mars 2009 et 31 mars 2008 pour respectivement 0,9 M€ et 1,1 M€.
 (2) Le chiffre d'affaires des sites internet des deux Radios et de la TV est présenté en chiffre d'affaires divers au 31 mars 2009 et au 31 mars 2008 pour des montants s'élevant respectivement à 0,3 M€ et 0,1 M€.

Bonne résistance de l'activité Radio dans un marché en baisse

RMC et BFM Radio affichent une bonne performance, malgré l'orientation nettement baissière du marché, avec un chiffre d'affaires en progression de 3,3% par rapport au premier trimestre 2008. RMC affiche une légère progression de son Chiffre d'Affaires, BFM Radio quant à elle enregistre une hausse significative de ses recettes.

La visibilité demeure très limitée, les événements sportifs de 2008 tels les JO de Pékin et l'Eurofoot avaient apporté une dynamique publicitaire qui ne pourra se reproduire cette année, mais qui devrait être partiellement compensée par l'apport de la publicité sur les paris sportifs, le sponsoring d'événements créés par les antennes, et par un niveau de charges inférieur.

Par ailleurs, RMC enregistre en avril 2009 d'excellentes performances d'audience tant au niveau national, où la station atteint les niveaux records de 6,4% d'audience cumulée et 5,3% de PdA qu'en Ile de France où elle présente la plus forte progression du paysage radio (+60% en nombre d'auditeurs et +63% en PdA).

D'une façon générale, les radios talk résistent mieux que les radios musicales qui doivent faire face à la concurrence d'internet.

BFM TV renforce sa position de 1^{ère} chaîne d'information de France

La chaîne réalise un Chiffre d'Affaires trimestriel de 5,6 millions d'euros en progression de plus de 80% par rapport au premier trimestre 2008.

Créditée de 0,7% de part d'audience nationale (1,3% de PdA sur l'univers TNT), BFMTV affiche une croissance annuelle de son audience nationale de 133% et accroît son avance sur i>Télé (0,4%). La progression de l'audience devrait se poursuivre, soutenue par la mise en service de nouveaux émetteurs ainsi que l'initialisation rapide de la TNT dans les foyers français et ce, jusqu'à l'arrêt de la télévision analogique prévu en novembre 2011. Le Chiffre d'Affaires de BFMTV devrait continuer de progresser significativement, malgré un marché publicitaire ralenti par la crise économique et les difficultés des chaînes historiques.

Groupe 01 : Réorganisation autour du modèle Web/Print

Le groupe d'information sur les technologies numériques réalise sur les 3 premiers mois de l'année 2009 un chiffre d'affaires de 9,7 millions d'euros, en recul de 17,8% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Dans une conjoncture historiquement difficile pour la presse, le Groupe 01, premier groupe de presse sur les nouvelles technologies, voit son activité diminuer en raison d'une forte baisse des recettes publicitaires et d'une érosion de la diffusion des magazines alors que le Chiffre d'Affaires de 01net se maintient.

En février 2009, NextRadioTV a lancé un plan de réorganisation et d'économie de sa filiale Groupe 01 visant à adapter au modèle Web/print en fusionnant les rédactions tout en menant un plan drastique de réductions de charges.

Les effets du plan d'économie devraient impacter positivement le résultat dès le deuxième semestre 2009. En 2010, le Groupe 01 devrait voir ses résultats s'améliorer grâce à sa nouvelle organisation adaptée à l'évolution du print et du web, et renforcer sa position de leader.