

# Résultats annuels 2012

Paris, le 26 mars 2013

**Chiffre d'affaires : 172,3 M€, + 12%**

**Chiffre d'affaires hors Print : 157,3 M€, + 17%**

**EBITDA<sup>(1)</sup> de 26,5 M€, + 10%**

**Résultat net : 14,0 M€, + 73%**

**Dividende proposé à l'AG : 33c par action, + 10%**

- **EBITDA Radio de 25,2 M€, + 22%**
  - CA en hausse de 8%
  - Des audiences record pour RMC et BFM Business
  - Un modèle économique solide : 34% de marge d'EBITDA
- **EBITDA de près de 10 M€ pour BFMTV seule, marge de 15%**
  - CA de 68,3 M€ (+33%) pour la division TV y/c BFM Business et RMC Découverte
  - EBITDA de 6,5 M€ pour la division TV, y/c coût de lancement de RMC Découverte
- **Accélération du développement du Digital : EBITDA de -4,4 M€**
  - Lancement du portail d'information unique BFMTV.com
  - Consolidation du site 01net.com, leader sur la thématique high-tech
- **Structure financière solide : Dette nette de 32,7 M€, soit 1,2x l'EBITDA 2012**
- **Dividende proposé à l'AG : 33c par action, + 10%**

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

## **Performances des activités**

### **EBITDA Radio de 25,2 M€, en hausse de 22%**

Dans un marché en baisse de 1,2% (source IREP), la division Radio enregistre une croissance de 8% de son chiffre d'affaires, bénéficiant des résultats d'audience record de RMC (8% d'AC et 6,6% de PDA sur la vague novembre-décembre 2012) et d'une année riche en événements (Elections, Euro 2012 et JO). Malgré un contexte défavorable, BFM Business Radio préserve ses marges grâce aux synergies avec BFM Business TV. La marge d'EBITDA de la division Radio passe de 30 à 34%, soit l'une des rentabilités les plus fortes du secteur. Dans un environnement difficile pour les annonceurs des secteurs automobiles et financiers, les recettes publicitaires de la division Radio seront en recul au premier trimestre 2013. La tendance est cependant nettement positive au deuxième trimestre.

### **EBITDA de près de 10 M€ pour BFMTV seule, marge de 15%**

Dans un environnement favorable marqué par les élections présidentielles, BFMTV affiche la plus forte progression du paysage TV sur l'ensemble de l'année 2012, réunissant plus de 10 millions de téléspectateurs par jour pour 1,8% d'audience en moyenne (+26%). La première chaîne d'information de France réalise un chiffre d'affaires en hausse de 35% et un EBITDA de près de 10 M€, soit 15% de marge.

Le Groupe continue à enrichir la programmation de BFM Business TV. Après seulement 2 ans d'existence, la chaîne réunit plus de 3 millions de téléspectateurs par mois et compte déjà parmi les 10 premières chaînes les plus regardées par la cible Premium sur le câble et le satellite (source Audipresse).

RMC Découverte, la nouvelle chaîne de TNT HD du Groupe, est leader sur la thématique de la découverte en France. Lancée en décembre 2012, elle attire déjà près de 14 millions de téléspectateurs par mois et ses programmes rassemblent jusqu'à 200 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen.

Dans un marché TV en recul de 5% (source IREP), la division TV enregistre une croissance de 33% de son chiffre d'affaires et dégage 6,5 M€ d'EBITDA (x 2,6) malgré le coût du lancement de RMC Découverte.

Au premier trimestre 2013, la division TV enregistre une croissance à deux chiffres de ses recettes publicitaires.

### **Accélération du développement du Digital : EBITDA de -4,4 M€**

L'exercice 2012 est marqué par l'accélération du développement de la division Digital avec la création d'une vingtaine de postes supplémentaires de journalistes web. Depuis le lancement du portail d'information unique BFMTV.com en septembre 2012, le nombre de visites a été multiplié par 2,5 sur le web pour 3,5 millions de VU (janvier 2013). La montée en puissance du nouveau site s'observe également sur le mobile, où le nombre de visites a été multiplié par 2,7. En 2013, le Groupe poursuit le développement de ses audiences web et mobile en s'appuyant sur ses marques fortes (RMC, BFM et 01), tout en maîtrisant la croissance des charges malgré l'effet de base lié à la création de postes de journalistes au cours de l'exercice 2012.

Au premier trimestre 2013, la division Digital devrait afficher une croissance de ses recettes publicitaires supérieure à 10%.

## Structure Financière : Dette nette de 32,7 M€, soit 1,2x l'EBITDA

Le Groupe présente une situation financière solide au 31 décembre 2012 avec un faible niveau d'endettement et une trésorerie disponible de 11,6 M€. En 2012, le Groupe a procédé au remboursement de la deuxième tranche de son emprunt obligataire pour 20 M€ et au rachat de 1,1 million d'actions pour un montant total de 11,9 M€. Le Groupe disposait au 31 décembre 2012 de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 16 M€.

## Éléments financiers clés de l'exercice 2012

<i>En M€</i>	<u>31-déc-2012</u>	<u>31-déc-2011<sup>(1)</sup></u>	<u>Var. (%)</u>
Radio	73,5	67,9	8%
TV	68,3	51,2	33%
Digital	12,6	12,4	1%
Autres activités	17,9	23,0	(22%)
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>172,3</b>	<b>154,5</b>	<b>12%</b>
Autres produits de l'activité	1,1	1,1	-
<b>Chiffre d'affaires et autres produits</b>	<b>173,4</b>	<b>155,6</b>	<b>11%</b>
EBITDA Radio	25,2	20,6	22%
Marge sur CA (%)	34%	30%	
EBITDA TV	6,5	2,5	2,6x
Marge sur CA (%)	10%	5%	
EBITDA Digital	(4,4)	1,2	
EBITDA Autres activités	(0,8)	(0,2)	
<b>EBITDA<sup>(2)</sup> du Groupe</b>	<b>26,5</b>	<b>24,1</b>	<b>10%</b>
<b>EBIT (ROC)<sup>(3)</sup></b>	<b>21,2</b>	<b>19,7</b>	<b>7%</b>
<b>Résultat net</b>	<b>14,0</b>	<b>8,1</b>	<b>73%</b>

(1) Résultats 2011 après reclassement de l'activité Print dans le Pôle Autres et retraités de l'activité du Pôle électronique cédée en janvier 2012 (Impact de -2,8M€ sur le chiffre d'affaires et de -0,3M€ sur l'EBITDA)

(2) EBITDA : Résultat opérationnel avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors actions gratuites et autres éléments non récurrents

(3) EBIT (ROC) : Résultat opérationnel hors actions gratuites et autres éléments non récurrents