

Chiffre d'affaires du 4^e trimestre 2013

CA en progression de +18% au 4^e trimestre 2013
CA consolidé annuel 2013 : +10%

En M€	T4 2013	T4 2012	% variation	12M 2013	12M 2012	% variation
TV	24,7	19,6	+26%	81,5	68,3	+19%
Radio	23,9	21,6	+11%	75,0	73,5	+2%
Digital	4,6	4,0	+16%	15,1	12,6	+20%
Autres activités	0,9	0,6	+41%	2,1	2,8	-25%
Total CA Groupe	54,2	45,8	+18%	173,7	157,2	+10%

Note : Chiffres d'affaires 2012 et 2013 retraités de l'activité Print, cédée le 1^{er} octobre 2013

TV : Croissance de +19% en 2013 – Accélération au T4 : +26%

Dans un contexte publicitaire mitigé, le pôle TV termine l'année en forte hausse (+26% au T4) et enregistre sur l'ensemble de l'exercice 2013 une augmentation de chiffre d'affaires de 19%. BFMTV confirme son leadership en audience (1,9% de PDA moyenne vs. 1,8% en 2012 – Médiamétrie) et accroît sa part de marché publicitaire grâce à son positionnement CSP+. Un an après son lancement, RMC Découverte se positionne en tête des 6 nouvelles chaînes de la TNT HD (0,8% de PDA – Médiamétrie) et contribue à hauteur de 8,5 M€ au chiffre d'affaires du pôle TV. Après un 1^{er} semestre difficile, BFM Business TV bénéficie d'une hausse des investissements du secteur financier au T4.

Malgré une faible visibilité sur le marché publicitaire TV, BFMTV a pour objectif de réaliser en 2014 une croissance similaire à 2013, dans une année riche en événements sportifs et politiques. Le déploiement de la couverture TNT HD et l'investissement dans des programmes inédits devraient permettre à RMC Découverte de poursuivre la progression régulière de son audience. La chaîne a pour objectif d'afficher un taux de croissance de ses recettes publicitaires supérieur à 100% en 2014.

RADIO : Croissance de +2% en 2013 – Surperformance au T4 : +11%

Après un 1^{er} semestre difficile (-6%), RMC et BFM Business Radio surperforment le marché radio au 2nd semestre, en particulier au T4 avec une croissance de 11%. RMC conserve une dynamique d'audience favorable (8,2% d'AC et 6,9% de PDA sur la vague de nov-déc 2013 – Médiamétrie).

En 2014, RMC bénéficiera d'un effet de base positif au 1^{er} semestre et devrait tirer profit d'un agenda événementiel sportif et politique particulièrement dense. Le succès de BFM Business Radio dépendra en partie de la santé des marchés financiers et du secteur banque/assurance.

DIGITAL : Croissance de +20% en 2013 – Plus de 30 millions de vidéos vues en décembre

Sur l'ensemble de l'année 2013, le pôle Digital affiche une hausse de +20% de son chiffre d'affaires, tirée par une croissance à trois chiffres des recettes publicitaires mobiles et vidéo. Au 4^{ème} trimestre, 01net.com et BFMTV.com dépassent la barre des 9 millions de visiteurs uniques (oct 2013 – Médiamétrie) pour la première fois depuis le lancement de la mesure hybride. Le pôle Digital confirme son leadership sur la vidéo avec plus de 30 millions de vidéos vues en décembre 2013 (+68% en 2013).

En 2014, BFMTV.com devrait continuer à drainer l'audience TV-Radio des médias du Groupe sur l'ensemble de ses plateformes web et mobile et renforcer ainsi son positionnement comme marque d'information de référence sur le digital. La poursuite de la croissance des recettes publicitaires, combinée à une gestion serrée des coûts opérationnels, devrait permettre d'atteindre l'équilibre financier sur l'année.