

Résultats semestriels 2014

Paris, le 31 juillet 2014

Chiffre d'affaires : 95,7 M€, +11%

EBITDA⁽¹⁾ de 14,9 M€, +1%

EBIT⁽²⁾ de 12,4 M€, +3%

Résultat net : 6,8 M€, multiplié par 2

- **EBITDA TV de 4,3 M€ vs. 4,7 M€ au S1 2013**
 - CA TV en hausse de 17% à 49,1 M€ dans un marché difficile
 - Succès de la couverture d'une actualité politique et sportive dense
 - Montée en puissance de RMC Découverte, CA multiplié par 2
- **EBITDA Radio de 12,5 M€, soit 33% de marge**
 - CA Radio de 38,0 M€ (+6%) dans un marché baissier
 - EBITDA en hausse de 2% à 12,5 M€
 - Augmentation des charges opérationnelles liée aux événements sportifs
- **EBITDA Digital de -1,7 M€, réduction de la perte de 0,5 M€**
 - CA Digital de 7,4 M€ (-1%)
 - Bonne maîtrise des charges opérationnelles
- **Structure financière solide : dette nette de 25,5 M€, soit 0,9x l'EBITDA 2013**

(1) EBITDA : Résultat opérationnel courant avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors actions gratuites ; données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1^{er} octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

(2) EBIT : Résultat opérationnel courant hors actions gratuites ; données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1^{er} octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

Performances des activités

EBITDA TV de 4,3 M€ vs. 4,7 M€ au S1 2013

BFMTV, 1^{ère} chaîne d'info de France, couvre avec succès l'actualité politique et sportive particulièrement dense du 1^{er} semestre 2014 (Municipales, Européennes, JO d'hiver et Coupe du Monde). Elle atteint un nouveau record de 2,0% de PDA moyenne sur le semestre (Médiamétrie).

RMC Découverte poursuit sa montée en puissance sur la TNT. Grâce à son positionnement original, elle réalise la plus forte progression d'audience de la TNT HD (+0,4 pt) et se place à sa tête avec 0,9% de PDA moyenne (Médiamétrie). La chaîne atteint aussi son objectif de multiplier ses recettes publicitaires par 2.

Enfin, BFM Business TV, 1^{ère} chaîne d'info économique et financière, affiche une croissance à 2 chiffres de ses recettes (+19%), grâce à la bonne santé des annonceurs du secteur financier et à la conquête d'annonceurs non captifs.

La division TV surperforme un marché TV en baisse de l'ordre de 2% et enregistre une progression de 17% de son chiffre d'affaires. Elle dégage un EBITDA positif de 4,3 M€, en léger recul (-0,4 M€) sous l'effet des coûts exceptionnels engendrés par la couverture de l'actualité politique et sportive du 1^{er} semestre.

La division TV devrait capitaliser sur les bonnes audiences de BFMTV et RMC Découverte pour continuer à afficher une croissance à deux chiffres de ses recettes au S2 2014, et, dans un contexte événementiel moins onéreux, enregistrer une progression de son résultat par rapport à 2013.

EBITDA Radio de 12,5 M€, soit 33% de marge

RMC, 1^{ère} radio de France sur les hommes de moins de 50 ans, clôture une nouvelle saison record avec 6,8% de PDA moyenne de sept-2013 à juin 2014 (Médiamétrie) et consolide une marge d'EBITDA de 35%. Comme l'ensemble des radios généralistes, RMC connaît une baisse d'audience sur la vague avril-juin 2014 (PDA de 6,5% vs. 6,7% en avril-juin 2013) mais réalise un nouveau record de 10,4% de PDA commerciale sur sa cible principale (25-49 ans) sur cette même période.

BFM Business, 1^{ère} radio d'information sur les cibles Premium, profite du dynamisme des marchés boursiers.

La division Radio surperforme un marché radio en baisse (-3%) en réalisant une croissance de 6% de son chiffre d'affaires. Malgré les coûts additionnels engendrés par la couverture des événements sportifs du 1^{er} semestre, elle dégage un EBITDA de 12,5 M€, en hausse de 2%. Ce faisant, la division Radio continue d'afficher une marge d'EBITDA de 33%, une des rentabilités les plus fortes du secteur.

Au 2^{ème} semestre, RMC capitalisera sur une Coupe du Monde de Football réussie. Même si la visibilité reste limitée, la division Radio a pour objectif d'augmenter son chiffre d'affaires et de consolider sa rentabilité sur le reste de l'exercice.

EBITDA Digital de -1,7 M€, réduction de la perte de 0,5 M€

La division Digital bénéficie de nouveaux records d'audience au 1^{er} semestre 2014. Sur le web, BFMTV.com se positionne désormais comme le 6^{ème} site d'info de France avec 18,3 millions de visites en juin (OJD). Sur le mobile, l'audience atteint 126 millions de visites mobiles cumulées à fin juin (éditeurs). Sur la vidéo, elle atteint 215 millions de vidéos vues au cours du semestre (éditeurs), soit une croissance de près de 100% par rapport au S1 2013.

La division Digital enregistre un chiffre d'affaires de 7,4 M€ (-1%) sous l'effet des changements structurels à l'œuvre sur le marché digital. La croissance des recettes mobiles et vidéo compense le déclin des formats display classiques. Grâce à une bonne maîtrise de ses coûts, la division Digital parvient à réduire sa perte de 0,5 M€ par rapport au S1 2013, et cela malgré un chiffre d'affaires stable.

BFMTV.com devrait consolider son leadership sur la vidéo et vise 50 millions de vidéos vues par mois d'ici fin 2014. Elle devrait aussi s'imposer comme la marque d'info de référence sur le mobile. Etant donné l'absence de visibilité sur le marché digital, l'objectif d'atteindre l'équilibre financier est reporté à l'exercice 2015. La division Digital devrait néanmoins continuer à réduire sa perte au S2 2014.

Structure financière : dette nette de 25,5 M€, soit 0,9x l'EBITDA 2013

Le Groupe présente une situation financière solide au 30 juin 2014 avec un niveau d'endettement modéré et une trésorerie disponible de 18,9 M€. Il dispose de lignes de crédit confirmées non tirées pour un montant de 23,5 M€ et d'autres facilités bancaires à hauteur de 7,0 M€.

Éléments financiers clés du 1^{er} semestre 2014

<i>En M€</i>	<u>30-juin-2014</u>	<u>30-juin-2013</u>	<u>Var. (%)</u>
TV	49,1	41,9	+17%
Radio	38,0	35,8	+6%
Digital	7,4	7,5	-1%
Autres activités	1,2	1,1	+12%
Chiffre d'affaires	95,7	86,3	+ 11%
Chiffre d'affaires et autres produits	95,8	86,4	+ 11%
EBITDA TV	4,3	4,7	-9%
EBITDA Radio	12,5	12,3	+2%
Marge d'EBITDA (%)	33%	34%	
EBITDA Digital	(1,7)	(2,2)	
EBITDA Autres activités	(0,2)	(0,1)	
EBITDA⁽¹⁾	14,9	14,7	+ 1%
EBIT⁽²⁾	12,4	12,0	+ 3%
Résultat net ajusté⁽³⁾	7,1	7,2	-1%
Non récurrent	(0,3)	(0,0)	
Activités cédées	-	(3,7)	
Résultat net	6,8	3,5	2,0x

(1) EBITDA : Résultat opérationnel courant avant déduction des dotations nettes aux amortissements, hors actions gratuites ; données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1^{er} octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

(2) EBIT : Résultat opérationnel courant hors actions gratuites ; données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1^{er} octobre 2013 et après réallocation des loyers et frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

(3) Résultat net ajusté : résultat net ajusté des éléments non récurrents ; données 2013 retraitées de l'activité Print cédée le 1^{er} octobre 2013 et après réallocation des loyers et des frais de structure de l'activité Print aux activités poursuivies

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 2014 a examiné et arrêté les comptes consolidés au 30 juin 2014.

NextRadioTV: ISIN Code: FR0010240994
Mnemo: NXTV
12, rue d'Oradour-sur-Glane – 75015 Paris
Chiffre d'affaires 2014 : 27 janvier 2015

Information financière : Damien BERNET
01 71 19 12 99 – fax : 01 71 19 11 90
communication-financiere@nextradiotv.com
Retrouvez nos avis financiers sur <http://www.nextradiotv.com>