

Chiffre d'affaires annuel 2008 en hausse de 14,8 %

Le Groupe NextRadioTV enregistre une progression de 14,8% de ses revenus par rapport à l'exercice précédent ; son chiffre d'affaires s'établit à 120,7 millions d'euros au 31 décembre 2008.

en millions d'euros	31-déc-08	31-déc-07	Var. %
RADIO	57,1	54,3	5,2%
TV	15,6	8,0	95,0%
Groupe 01 (ex Groupe Tests)	41,3	31,0 (1)	
Chiffre d'affaires divers	1,6	0,7 (2)	128,6%
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES Cible	115,6	94,0	23,0%
Activités cédées au à céder	5,1	11,1 (3)	
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES	120,7	105,1	14,8%
Autres produits de l'activité	1,3	1,2	
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES et AUTRES PRODUITS	122,0	106,3	14,8%

(1) Notes relatives au chiffre d'affaires des activités du Groupe 01 (ex Groupe Tests) :

- Il est rappelé qu'au 31 décembre 2007, les activités du Groupe 01 ne portent que sur la période avril-décembre 2007.
- Précédemment ventilées en Internet et Presse, les activités du Groupe 01 sont regroupées en un seul et même secteur au 31 décembre 2008 ainsi que dans les données comparatives au 31 décembre 2007 afin de refléter la stratégie de mutualisation de contenus entre Print et Web initiée au quatrième trimestre.

(2) Le Chiffre d'affaires des sites internet des deux Radios et de la TV précédemment classé en activité Internet est présenté en chiffre d'affaires divers au 31 décembre 2007 et au 31 décembre 2008 pour des montants s'élevant respectivement à 0,7 M€ et 1M€

(3) Au 31 décembre 2007, le chiffre d'affaires des activités arrêtées, cédées et à céder ne porte que sur la période avril-décembre 2007 et intègre notamment le chiffre d'affaires de Cadres on line.

RMC – BFM Radio : Dans un marché globalement en baisse, l'activité radio affiche une progression de 5,2%

Média de crise par excellence en raison de la flexibilité promotionnelle qu'elle offre aux annonceurs, la radio talk affiche une solide performance, malgré la dégradation brutale de la conjoncture économique au dernier trimestre, avec un chiffre d'affaires en progression de 5,2% par rapport à l'exercice précédent.

RMC enregistre une nette progression de 9,4 % de ses revenus soutenue par de bonnes audiences confirmées lors du dernier sondage novembre-décembre 2008, son 30^{ème} consécutif à la hausse depuis septembre 2001. La station atteint son niveau d'audience record avec 6,2% d'audience cumulée et affiche une forte progression (+8,2% en un an) de sa part d'audience à 5,3%. En 2009, la poursuite de l'extension de la couverture géographique dans la moitié nord du pays devrait permettre à RMC d'accroître son audience.

En l'absence d'opération de marché, les recettes de BFM Radio sont en recul de 10,3% comparativement à l'exercice précédent. Au plus fort de la crise alors que l'économie était au cœur des préoccupations d'un large public, la station a su s'imposer comme un média de référence écouté au-delà de la communauté financière.

En dépit d'une visibilité extrêmement faible et malgré des mois d'octobre et novembre difficiles, les nettes progressions de recettes publicitaires en décembre et plus encore en janvier confirment sur une courte période la forte réactivité du média en période de ralentissement économique. Les perspectives 2009, dans ces conditions, restent positives.

BFM TV, Première chaîne d'information de France : quasi doublement de l'audience et des revenus

Portée par le succès continu de la TNT, malgré la crise financière à laquelle la chaîne a montré une sensibilité limitée et dans un contexte général de contraction des investissements publicitaires en télévision,

BFM TV enregistre une progression de 95% de son chiffre d'affaires à 15,6 millions d'euros.

La chaîne qui continue de progresser mois après mois affiche sur le dernier mois de l'année une part d'audience nationale de 0,5%, confortant ainsi sa place de 1^{ère} chaîne d'information de France devant i>Télé et LCI. BFM TV est notamment leader devant ses concurrents sur 38 des 43 cibles étudiées par Médiamétrie, dont les segments stratégiques sur le plan publicitaire que sont les 25-49 ans, les CSP+ et les ménagères de moins de 50 ans.

Forte de cette position, du contexte globalement favorable aux chaînes de la TNT et des opportunités offertes par l'arrêt de la publicité sur les chaînes du service public après 20h, BFM TV devrait réduire significativement ses pertes opérationnelles en 2009. L'objectif de dégager un premier résultat d'exploitation positif en 2010 est confirmé.

Groupe 01 (ex-Groupe Tests)

Le Groupe 01, un des rares groupes de presse Français qui a réussi son développement sur Internet, a réalisé 41,3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2008. Après sa restructuration faisant suite à son acquisition en 2007, il contrôle aujourd'hui les titres leaders **01 Informatique**, **Micro Hebdo** et **l'Ordinateur Individuel**, ainsi que le site **01net** avec près de 7 millions de visiteurs uniques par mois.

L'enjeu de 2009 est de recentrer le modèle de production de l'information sur la recherche de synergies et de mutualisation entre le Print et le Web, jusqu'à présent séparés. Le Groupe 01, rassemblant ses forces vives au sein d'un seul et même pôle d'information sur les nouvelles technologies, devrait voir sa rentabilité s'améliorer tant sur le Web que sur le Print.

En termes de recettes publicitaires, la tendance est positive sur le Web grâce notamment au récent partenariat conclu avec Yahoo!, elle est beaucoup plus difficile pour le secteur du Print. Le succès du développement du groupe sur le Web devrait compenser la faiblesse du Print dans un contexte de réduction des charges.