

En M€	30-juin-09	30-juin-08	Variation	
Radio	27,7	29,9	(2,2)	(7%)
TV	12,2	7,9	4,3	55%
Groupe 01	18,6	24,7	(6,1)	(25%)
Non sectorisable	1,2	0,9	0,3	29%
CA du Groupe⁽¹⁾	59,7	63,5	(3,7)	(6%)
Radio	7,2	10,8	(3,6)	
Marge	26%	36%		
TV	(5,0)	(5,6)	0,6	
Marge				
Groupe 01	(2,3)	1,8	(4,1)	
Marge		7%		
Non sectorisable	0,3	1,1	(0,8)	
Résultat opérationnel courant^{(1) (2)}	0,1	8,1	(8,0)	
Marge	0%	13%		
Autres charges et produits opérationnels	(6,2)	1,0	(7,2)	
Autres éléments non récurrents	(0,4)	(0,6)	0,2	
Coût de l'endettement financier net	(2,6)	(1,6)	(1,0)	
Impôt	2,8	(2,2)	5,0	
Résultat net	(6,2)	4,7	(10,9)	

- CA consolidé de 59,7 M€, en baisse de 6%
- ROC⁽²⁾ de 0,1M€ affecté essentiellement par la perte opérationnelle de Groupe 01
- Résultat net en perte de 6,2M€ en raison notamment de la charge de restructuration de Groupe 01

Audiences records sur la radio et la TV

- RMC, 3^{ème} radio commerciale, devant NRJ en PDA
- Consolidation de la position de 1^{ère} chaîne d'information de BFM TV

Réorganisation de Groupe 01

- Réaction immédiate face à la crise : mise en œuvre du plan de réorganisation annoncé

Augmentation de capital de 20M€

- Lancement prochain sous réserve de l'obtention du visa de l'AMF
- Maintien du droit préférentiel de souscription
- Opération entièrement garantie

(1) Retraité de la cession du Pôle Arts Graphiques (contribution de 0,8M€ en CA et 0,1M€ en ROC en 2008)

(2) Hors actions gratuites (0,4M€ au 30 juin 2009)

RADIO : RMC 3^{ème} radio commerciale de France, 6% de PDA

Dans un marché publicitaire de la radio en baisse de 15 à 20% (Lagardère > 15%, NRJ > 18%), le pôle radio enregistre une baisse de son chiffre d'affaires de 7%, limitée à 5% pour RMC, du fait de l'absence de compétition sportive majeure. La rentabilité opérationnelle de la Radio ressort à un excellent niveau de 26% dans une conjoncture difficile.

Par ailleurs, la radio a enregistré des niveaux d'audience records sur la période avril-juin 2009 : RMC 6% de PDA (devant NRJ) et 6,7% en AC. Malgré une faible visibilité, le S2 est bien orienté avec un CA en hausse d'environ 15% au mois de juillet pour l'activité Radio.

En 2010, RMC bénéficiera de sa nouvelle hiérarchie dans les audiences Radio et d'une année riche en événements sportifs (Coupe du Monde de Football et JO d'Hiver). De surcroît, la libéralisation des paris en ligne présente une opportunité significative sur les plans éditorial et commercial. Compte tenu de ces éléments, la Radio devrait atteindre une rentabilité opérationnelle⁽³⁾ de l'ordre de 30% en 2010.

BFM TV : Augmentation du CA de 55%, BFM TV 1^{ère} chaîne d'info de France

Malgré la crise du marché publicitaire de la télévision, BFM TV enregistre une croissance de son CA de 55% à 12,2M€. Cette performance commerciale résulte de la progression continue de l'audience de BFM TV et des performances de la régie publicitaire.

La chaîne consolide sa position de première chaîne d'information en France avec 0,9% de part d'audience sur l'univers national et 1,5% sur les exclusifs TNT au mois de juin.

La perte opérationnelle semestrielle (5,0M€ au 30 juin 2009) est en recul de 0,6M€. Malgré une faible visibilité, la tendance de progression du CA devrait se poursuivre pour la suite de l'exercice 2009, comme constaté pour le mois de juillet.

L'objectif d'atteindre l'équilibre d'exploitation⁽³⁾ en 2010 et de s'en rapprocher dès le dernier quadrimestre 2009 est maintenu.

Groupe 01 : Mise en place du modèle web / print

La crise du marché publicitaire de la presse et l'arrêt du contrat Yahoo! ont entraîné une forte baisse du CA de Groupe 01 de 25% au premier semestre 2009. Groupe 01 a enregistré une perte opérationnelle de (2,3M€) au 30 juin 2009.

La réorganisation accélérée et la très forte réduction de charges opérationnelles (environ 5M€ en année pleine) ainsi réalisée grâce au rapprochement rédactions web et print devrait permettre à Groupe 01 de retrouver la rentabilité opérationnelle⁽³⁾ dès le quatrième trimestre 2009 et sur l'exercice 2010.

D'ores et déjà, le Groupe 01 réalise plus de 50% de son chiffre d'affaires publicitaire sur le web.

Augmentation de capital de 20 M€

L'opération permettra de renforcer la structure financière dans une conjoncture difficile et d'assurer sereinement son développement.

L'augmentation de capital sera garantie principalement par WMC, holding de contrôle d'Alain Weill. Alpha Radio B.V. et/ou Alain Blanc-Brude participent également à la garantie, aux côtés de WMC.

Le solde de l'opération est garanti par le Groupe Marc de Lacharrière, soulignant ainsi sa volonté d'accompagner le Groupe d'Alain Weill dans sa stratégie de développement.

(3) Hors actions gratuites