

Chiffre d'affaires 2009

Un chiffre d'affaires annuel record, en progression de 3%
Excellent 4ème trimestre (+17%)

En M€	31-déc.-09	31-déc.-08	Variation	Q4 2009	Q4 2008	Variation
Radio	59,0	57,1	3%	20,0	16,5	21%
TV	25,1	15,6	61%	8,8	5,2	69%
Groupe 01	36,5	45,3	(19%)	11,4	12,3	(7%)
Non sectorisable	2,1	1,3	62%	0,5	0,7	(29%)
CA du Groupe⁽¹⁾	122,7	119,3	3%	40,7	34,7	17%
Autres produits de l'activité	1,1	1,3	(15%)	0,3	0,5	(40%)
Total CA et autres produits	123,8	120,6	3%	41,0	35,2	16%

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

RADIO : Un chiffre d'affaires record en 2009 porté par un excellent quatrième trimestre (+21%)

Malgré un premier semestre 2009 difficile, le chiffre d'affaires publicitaire de RMC progresse sur l'ensemble de l'année 2009, après une forte hausse au quatrième trimestre (+25%) réalisée dans un marché publicitaire mieux orienté. Ces performances illustrent le succès du modèle de RMC, confirmé par les bons niveaux d'audience enregistrés en 2009 notamment lors du sondage de novembre-décembre avec un nouveau record de 6,8% d'audience cumulée.

Malgré un premier semestre en recul prononcé compte tenu de la crise financière, BFM Radio a maintenu en 2009 un chiffre d'affaires annuel équivalent à celui enregistré en 2008 après un quatrième trimestre lui aussi en forte hausse (+14%).

Les deux radios du Groupe enregistrent ainsi une hausse de leur chiffre d'affaires global de 3% en 2009, surperformant largement le marché de la radio. Malgré une visibilité toujours réduite du marché publicitaire, les bons résultats d'audience de RMC et la libéralisation attendue des paris en ligne permettent d'aborder plus sereinement une année 2010 riche en événements sportifs.

BFM TV : Un chiffre d'affaires en hausse de 61%, porté par une audience en forte progression

Le chiffre d'affaires de BFM TV a progressé de 61% en 2009 malgré la crise du marché publicitaire de la télévision au premier semestre 2009. Avec une croissance de 69%, BFM TV enregistre une accélération de sa progression au quatrième trimestre de l'année 2009. Tout au long de l'année, BFM TV a bénéficié de son statut de 1^{ère} chaîne d'information de France et de son audience, en forte progression par rapport à l'exercice précédent.

Grâce à la poursuite de la dynamique de la TNT associée à la progression de l'audience de BFM TV, les recettes publicitaires de la chaîne devraient croître à un rythme soutenu. L'objectif d'atteindre l'équilibre opérationnel sur l'exercice en 2010 est maintenu.

Groupe 01 : Baisse du chiffre d'affaires de 19% après une baisse plus limitée (-7%) au quatrième trimestre

En 2009, l'activité a été fortement affectée par la baisse du marché publicitaire conjuguée à la crise structurelle de la presse magazine. En 2010, NextRadioTV va poursuivre la réorganisation d'un groupe en pleine mutation avec l'objectif d'assurer le succès du développement du Web pour pallier les difficultés du Print dans un environnement incertain pour la presse magazine.

Groupe 01 s'appuie sur son leadership multi-canal incontesté dans le domaine de l'information high tech avec des marques historiques et reconnues dans le secteur (Micro Hebdo, Ordinateur Individuel, 01 Net, télécharger.com...). Cette plateforme devrait permettre à Groupe 01 de déployer efficacement de nouveaux services (intermédiation, e-commerce, bases de données...) afin de s'affranchir d'un modèle purement media.