

# Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2014

CA en progression de +13%

En M€	T1 2014	T1 2013	% variation
TV	21,8	19,1	+14%
Radio	16,8	14,7	+14%
Digital	3,5	3,5	+1%
Autres activités	0,5	0,5	+18%
<b>Total CA Groupe</b>	<b>42,6</b>	<b>37,8</b>	<b>+13%</b>

Note : Chiffres d'affaires 2013 retraités de l'activité Print, cédée le 1<sup>er</sup> octobre 2013

## TV : Croissance de +14%

Grâce à une actualité particulièrement dense (élections municipales et remaniement notamment), BFMTV réalise un record à 2,2% de PDA (Médiamétrie – mars 2014). RMC Découverte conforte sa position de 1<sup>ère</sup> chaîne de la TNT HD en culminant, seule parmi les 6 nouvelles chaînes de la TNT HD, à 0,9% de PDA (Médiamétrie – mars 2014). La bonne santé des annonceurs du secteur financier et la conquête d'annonceurs non captifs permet à BFM Business TV de consolider à la hausse le niveau de ses recettes publicitaires. Dans un contexte publicitaire difficile, BFMTV affiche au 1<sup>er</sup> trimestre des recettes en hausse de 4% contre 14% pour l'ensemble de la division TV.

Même si l'environnement publicitaire reste tendu, la division TV devrait continuer à surperformer le secteur au 2<sup>ème</sup> trimestre 2014 grâce à RMC Découverte et à une actualité forte (élections européennes, Coupe du Monde de Football).

## RADIO : Croissance de +14%

Bénéficiant des bonnes audiences de RMC et d'un effet de base favorable, la division Radio affiche une croissance de 14% de son chiffre d'affaires au 1<sup>er</sup> trimestre 2014, surperformant ainsi un marché radio en léger recul. RMC atteint un nouveau record d'audience (7,9% d'AC et 6,8% de PDA – Médiamétrie – janv-mars 2014) et réalise son 50<sup>ème</sup> sondage Médiamétrie en hausse. BFM Business profite du dynamisme des marchés boursiers, en particulier au mois de mars.

Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2014, les recettes publicitaires générées par la Coupe du Monde de Football sur RMC devraient permettre de surperformer le marché radio dont la visibilité reste limitée. La tendance publicitaire positive de BFM Business Radio devrait se prolonger jusqu'à la fin du 1<sup>er</sup> semestre.

## DIGITAL : Croissance de +1%

La croissance du mobile (+35%) et de la vidéo (+100%) compensent la moindre attractivité des formats *display* classiques ainsi que la baisse des prix liée à l'essor des plateformes d'*ad-exchange*. Ce faisant, la division Digital présente un chiffre d'affaires en légère hausse de +1% au 1<sup>er</sup> trimestre 2014, surperformant un marché du digital en baisse. Elle bénéficie d'un nouveau record d'audience sur le mobile avec 3,6 millions de VU (éditeurs – mars 2014) et d'une forte progression de son audience vidéo qui atteint 120 millions de vues cumulées à fin mars, soit une progression de plus de 100% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2013. Enfin, BFMTV.com se positionne comme le 3<sup>ème</sup> site d'information de France sur les 2 tours des élections municipales en audience cumulée (éditeurs et OJD – mars 2014). Son audience devrait être en forte hausse sur l'ensemble du mois de mars.

Pour le reste de l'exercice, l'essor de la vidéo sur les supports digitaux devrait se traduire par une plus forte hausse des recettes publicitaires de la division.