

Chiffre d'affaires 2015 : +9%

CA consolidé annuel 2015 de 213,1 M€, en hausse de 9%

En M€	T4 2015	T4 2014	% variation	2015	2014	% variation
TV	34,7	31,4	+11%	118,8	100,5	+18%
Radio	24,2	24,8	-2%	76,4	77,9	-2%
Digital	5,4	4,3	+26%	16,0	14,6	+10%
Autres activités	0,5	0,4	+25%	1,9	2,1	-10%
Total CA Groupe	64,8	60,9	+6%	213,1	195,1	+9%

TV : Croissance de +18% en 2015 – Ralentissement au T4 sous l'effet des événements du 13 novembre

RMC Découverte atteint un nouveau record d'audience en 2015 en affichant 1,3% de PDA annuelle (Médiamétrie Médiamat). BFMTV confirme sa place de numéro 1 sur l'information et sera diffusée en full HD en TNT nationale à compter du 5 avril 2016. La division TV enregistre une progression de 18% de son chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'année mais connaît un ralentissement au 4^e trimestre (+11%) sous l'effet des événements du 13 novembre (suppressions d'écrans publicitaires et annulations de campagnes), lesquels pèseront sur la rentabilité de la division au 2^e semestre 2015.

En 2016, la division TV continue à investir dans les programmes (Saison 2 de Top Gear France au T1 2016) pour permettre à RMC Découverte de poursuivre sa montée en puissance sur la TNT.

RADIO : Baisse de 2% en 2015 – Surperformance dans un marché en baisse de 4%

RMC devance Europe 1 en milliers d'auditeurs sur tous les shows de la journée de 10h à 18h et conforte sa position de 1^{ère} radio généraliste sur les moins de 50 ans (Médiamétrie 126 000 – novembre-décembre 2015). Dans un contexte économique incertain, BFM Business consolide le niveau de ses recettes grâce au succès de ses événements hors média. La division Radio surperforme le marché en baisse de 4% (IREP – Prévisions 2015) en affichant une baisse de 2% de ses recettes sur l'ensemble de l'année.

En 2016, la visibilité reste limitée. RMC devrait bénéficier d'une forte actualité sportive (Euro de Football en France, JO d'été à Rio) et BFM Business Radio capitaliser sur le succès de ses événements hors média.

DIGITAL : Croissance de +10% en 2015 – BFMTV.com, leader sur la vidéo, dans le top 5 sur le mobile

BFMTV.com poursuit sa montée en puissance dans le Top 5 des marques qui font l'actualité sur le mobile. La marque confirme sa position de leader sur la vidéo d'actualité, avec près de 50% d'avance en VU sur sa concurrente la plus proche (Médiamétrie – novembre 2015). La division Digital réalise en 2015 un chiffre d'affaires en hausse de 10%, grâce à l'intégration réussie de Moneyweb.

La progression constatée des audiences et des recettes permettent à la division Digital d'aborder l'année 2016 sereinement. BFMTV.com a pour objectif de continuer à gagner des parts d'audience sur le web, le mobile et la vidéo, grâce notamment au lancement de nouvelles verticales éditoriales.