

RESULTAT OPERATIONNEL COURANT EN HAUSSE DE 78%

Le conseil d'administration du Groupe NextRadioTV, réuni le 17 mars 2008, a examiné et arrêté les comptes annuels consolidés 2007. Le résultat opérationnel courant retraité progresse de 78%, intégrant des pertes maîtrisées de l'activité TV de (- 14,2 M€), l'impact positif des activités Internet (+ 3 M€) et Presse (+ 1 M€) acquises le 4 avril 2007 et la progression marquée de 22% du résultat Radio (16,9 M€).

(en millions d'euros)	31-déc.-07	31-déc.-06	Var	Var %	marge op.
CHIFFRE D'AFFAIRES	105,1	53,5	51,6	96%	
Radio	54,3	48,1	6,2	13%	
TV	8,0	5,0	3,0	60%	
Internet (9 mois)	9,2	0,4	8,8		
Presse (9 mois)	22,5		22,5		
Autres (**)	11,1		11,1		
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT (*)	7,3	4,1	3,2	78%	
Radio	16,9	13,8	3,1	22%	31,1%
TV	-14,2	-9,7	-4,5		
Internet (9 mois)	3,0		3,0		32,6%
Presse (9 mois)	1,0		1,0		4,4%
Autres (**)	0,6		0,6		5,4%
Coûts de restructuration	-19,5		-19,5		
Autres éléments non récurrents	-0,9	-1,7	0,8		
Coûts de l'endettement financier net	-3,8	-0,5	-3,3		
Impôts	5,2	0,1	5,1		
RESULTAT NET	-11,7	2,0	-13,7		

(*) Hors Impact des actions gratuites (1 M€ au titre de l'exercice 2007)

(**) Les lignes "autres" correspondent au CA et ROC réalisés par les titres de Presse arrêtés ou en cours de cession et par la société Cadres Online (CA de 2,3 M€ et ROC de 0,6 M€ au titre d'avril-décembre 2007), cédée début 2008

Le résultat opérationnel 2007 du Groupe est de 7,3 M€ en progression de 78% par rapport à l'exercice 2006. Après prise en compte du coût exceptionnel de restructuration du groupe Tests de 19,5 M€, de charges financières de 3,8 M€ et d'un impact fiscal positif de 5,2 M€, le résultat net 2007 est négatif de 11,7 M€.

RADIO : Marges importantes et en hausse pour RMC et BFM

RMC et BFM voient leur contribution au résultat opérationnel courant progresser de 22% en 2007 pour s'établir à 16,9 M€. La marge opérationnelle est de 31,1% contre 28,4% en 2006. L'année 2007 a été favorable pour l'activité Radio du Groupe, malgré un marché publicitaire en baisse de 5%.

Les différents événements de 2008 (municipales et JO de Pékin) devraient être porteurs pour RMC dont l'audience s'est établie au niveau record de 6,1 % en audience cumulée et 4,9% en part d'audience lors de l'exercice 2007.

TELEVISION : BFMTV 1^{ère} chaîne d'information en France

Les développements de la chaîne lui ont permis d'obtenir une place de leader incontesté des chaînes d'information avec une part d'audience de 0,7% (univers TNT fév. 08) et de 0,3% en national. BFMTV est la première chaîne d'information en quart d'heure moyen (janv.-fév. 08) et confirme son leadership en regroupant plus de 13 millions de téléspectateurs par semaine, 2 ans après son lancement.

Les investissements réalisés en 2007 dans les programmes de BFMTV ont été maîtrisés. Les pertes constatées en 2007 sont de 14,2 M€ contre 15 M€ initialement prévus.

En 2008, la chaîne continuera d'enrichir ses programmes pour renforcer et développer son audience. L'augmentation prévisible des recettes publicitaires devrait alors permettre de diminuer les pertes de la chaîne, dont l'équilibre financier est prévu pour 2010.

INTERNET : NextRadioTV, un des premiers groupes média sur Internet en France

Depuis sa reprise en avril 2007, l'activité Internet a généré un résultat opérationnel courant de 3 M€ et une marge opérationnelle de 32,6%.

Le site 01Net regroupe 6 087 000 de visiteurs uniques en janvier 2008 et l'ensemble des sites du Groupe rassemblent quant à eux 6 764 000 visiteurs uniques.

PRESSE : N°1 de la presse nouvelle technologie en France

Le résultat opérationnel courant positif de 1 M€ généré par les titres leaders conservés (01 Informatique, Micro Hebdo et l'Ordinateur Individuel) est encourageant.

Ces 3 titres sont largement leader dans leur catégorie et ont été redynamisés depuis leur reprise. Micro Hebdo, dans un marché en baisse voit, sa diffusion progresser depuis 6 mois.

2008 : une année sans visibilité mais pas sans opportunité

Radio : sur les premiers mois 2008, l'activité de BFM est en diminution à la suite de la crise des marchés financiers. Quant à RMC, stable au premier trimestre dans un marché publicitaire en forte baisse, la radio devrait profiter de l'Euro 2008 et des JO de Pékin.

Télévision : BFMTV, qui est devenue la première chaîne d'information de France, profite du succès de la TNT. Ses recettes publicitaires devraient plus que doubler en 2008.

Internet : les équipes commerciales sont maintenant reconstituées et opérationnelles. Le chiffre d'affaires devrait s'inscrire dans la dynamique du marché.

Presse : dans un marché difficile pour la presse en général, la nouvelle équipe commerciale dédiée et le dynamisme éditorial du Groupe devraient être des vecteurs importants de la progression des revenus et des résultats de l'activité Presse en 2008.