

## NEXTRADIO TV 2006 : CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL EN PROGRESSION DE **33,8 %** + **39,3 %** AU QUATRIEME TRIMESTRE

Le chiffre d'affaires consolidé du quatrième trimestre 2006 du groupe NextRadioTV enregistre une progression de 39,3% par rapport à la même période 2005 (octobre – décembre). Le chiffre d'affaires cumulé annuel 2006 s'élève quant à lui à 53,5 M€, en progression de 33,8% par rapport à l'exercice 2005.

La répartition du chiffre d'affaires et des autres produits consolidés (en progression de 11,1% sur un an) est la suivante au 31 décembre 2006 :

en millions d'euros	31/12/2006 ( 3 mois )	31/12/2005 ( 3 mois )	Variation en %	31/12/2006 ( 12 mois )	31/12/2005 ( 12 mois )	Variation en %
Recettes Publicitaires radio	14,6	11,7	24,8%	46,5	38,2	21,7%
Recettes Publicitaires télévision	1,8	0,1	-	5	0,1	-
Autres prestations de services :	0,6	0,4	50,0%	2	1,7	17,6%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17</b>	<b>12,2</b>	<b>39,3%</b>	<b>53,5</b>	<b>40,0</b>	<b>33,8%</b>
Autres produits de l'activité	0,3	0,2	50,0%	1	0,9	11,1%
<b>Total chiffre d'affaires et autres produits</b>	<b>17,3</b>	<b>12,4</b>	<b>39,5%</b>	<b>54,5</b>	<b>40,9</b>	<b>33,3%</b>

### CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE RADIO (+21,7%)

Le chiffre d'affaires publicitaire radio progresse de près de 25% au quatrième trimestre 2006 et s'établit pour l'exercice 2006 à 46,5 M€, en hausse de 21,7% par rapport à 2005. L'augmentation continue en 2006 du chiffre d'affaires radio s'explique par la progression continue de l'audience de RMC, qui a atteint 5% en audience cumulée pour la première fois depuis 15 ans.

Dans un contexte publicitaire radio morose en 2006, les performances du groupe NextRadioTV restent largement supérieures à celles du marché.

### CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE TELEVISION : SUCCES DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

BFM TV a réalisé, pour son premier exercice, la meilleure performance des nouveaux entrants de l'univers TNT, avec un chiffre d'affaires de 5 M€. La politique éditoriale et commerciale de la chaîne est donc validée et reconnue dès sa première année d'existence.

### CHIFFRE D'AFFAIRES NEXTRADIO TV CONSOLIDE

Les bons résultats commerciaux du pôle télévision permettent au groupe NextRadioTV d'enregistrer un chiffre d'affaires annuel de 54,5 M€ (incluant les autres produits de l'activité), en augmentation de 33,3% par rapport à l'exercice 2005.

### PERSPECTIVES

#### RADIO

RMC et BFM, dont la structure d'audience est très masculine, sont moins exposées que les autres radios au risque que représente l'arrivée de la grande distribution en télévision. En janvier 2007, RMC n'a pas connu de baisse de son chiffre d'affaires sur le secteur de la distribution et l'activité générale reste sur une tendance bien orientée pour les deux stations du Groupe.

Après la coupe du monde de football en 2006, l'année 2007 reste favorable aux radios talk, et à RMC en particulier, avec l'élection présidentielle au 1<sup>er</sup> semestre, d'une part et la coupe du monde de Rugby au 2<sup>nd</sup> semestre, d'autre part.

Enfin, les nouvelles fréquences attribuées à RMC et BFM dans le cadre du plan "FM+" lancé par le CSA depuis octobre 2006, et qui arrivera à son terme à la fin 2007, avant le lancement de la radio numérique en 2008, permettront d'accroître la diffusion de RMC, notamment dans le Nord de la France, et de BFM dans les grandes villes où elle est encore absente.

#### TELEVISION

BFM TV qui réunit un an après son lancement près de 7 000 000 de téléspectateurs chaque semaine, va accélérer son développement en 2007 en investissant dans le contenu de la chaîne pour profiter pleinement de l'immense succès de la TNT. Le lancement prochain de la Télévision Mobile Personnelle offre aussi d'excellentes perspectives à BFM TV, dont le format est particulièrement adapté à la mobilité.