

COMMUNIQUE

TNT N° 31

orange N° 272

free N° 367

SFR N° 366

Orange N° 452

FRANSAT N° 102
TELEVISION MULTISCREEN

www.dici.fr

Bilan 2015 : La bonne santé de D!CI TV, la télévision des Alpes du Sud

Comme pour beaucoup d'entreprises, le bilan comptable de l'exercice 2015 de la télévision locale D!CI TV est finalisé et la télévision des Alpes du Sud se porte plutôt pas mal.

En cette deuxième année d'activité et malgré les lourdes charges spécifiques à cette période de lancement, l'entreprise est nettement bénéficiaire et peut regarder l'avenir avec optimisme, créativité et ambition.

Avec un chiffre d'affaire de 1 250 000 Euros en 2015, **en hausse de 27%**, le groupe D!CI Média et son fer de lance D!CI TV constituent l'une des plus belles créations d'entreprise de la région et emploie à ce jour 22 personnes, ce qui représente la plus grosse création d'emploi dans les Hautes-Alpes de ces dernières années.

Les autres indicateurs sont également au beau fixe pour ne pas dire étonnamment performants :

-D!CI TV, avec près de 55% d'habitude d'écoute (*public global selon étude Mediametrie TV locales sept 2014/ juin 2015 15 ans et plus*) est devenue en deux ans **la télévision locale la plus regardée de France**.

-Les autres médias du groupe : D!CI Radio 90,2 sur le Grand Gap et dici.fr connaissent aussi des scores impressionnants. Avec plus de 700 000 visites et plus de 1 300 000 pages vues pour le seul mois de janvier 2016 (source ESTAT Médiamétrie), le site se classe en haut des tableaux avec une activité connectée aux réseaux sociaux et aux appli mobiles qui regroupent des dizaines de milliers d'internautes quotidiennement.

Voilà qui semble donner raison à ce stade à la stratégie du groupe autour de ces 3 P : **Professionnalisme – Proximité – Plurimédia**.

Une démarche en rupture avec ce qui a pu se faire jusque là en matière de télévision locale autour d'un raisonnement finalement simple : - Ne traiter que la proximité – Ne pas tenter de « singer » ce qui se fait en national - Avoir la culture de l'audience, seule capable de garantir la satisfaction et la fidélité des annonceurs – Ne pas s'en remettre aux collectivités locales, de toute façon exsangues, dont l'implication trop marquée contredirait l'indépendance et la spontanéité de l'entreprise .

Aujourd'hui , D!CI Régie , c'est plus de **600 clients**, dont 30% de nouveaux, des « paniers moyens » à moins de 2000 euros et des contrats d'objectifs qui ne représentent que 6% du chiffre d'affaire du groupe.

D!CI Média , au bout du compte, n'invente rien, mais, grâce à ses 40 entreprises locales actionnaires, ses annonceurs et une équipe particulièrement impliquée, assume l'Essentiel : L'information des populations en y intégrant une vraie dimension citoyenne.

A cela s'ajoute une part de programmes de distraction , bien sûr locaux et deux bonus: Constituer en saison un vrai média d'accueil pour les touristes et exporter l'image de notre magnifique région dans toute la France , via Fransat ,Internet et les box .

Le challenge est magnifique :

- Démontrer la force des média de proximité
- Créer du lien social dans nos territoires ruraux de montagne et « tirer les Alpes du Sud vers le haut »
- Pérenniser et développer une démarche cross média exemplaire au niveau national
- Aider nos annonceurs dans leur besoin de communication
-

...autant dire... « **Que du plaisir !** »