



Paris, le 7 mai 2014

Information financière du 1^{er} trimestre 2014

Chiffre d'affaires consolidé Groupe du 1^{er} trimestre 2014 de 83,5 millions d'euros

- Poursuite de la forte progression de l'audience de la radio NRJ
(vague Médiamétrie publiée le 15 avril 2014),
- Croissance de l'activité à l'International,
- Croissance solide de l'activité de Diffusion,
- Effet défavorable par rapport au premier trimestre 2013, en raison de la fin des représentations, début 2014, de « 1789 Les Amants de la Bastille »

3 mois au 31 mars (en millions d'euros)	2014	2013 ^(R)	Variation
Média Musicaux et Événementiel	41,3	44,7	-7,6%
Télévision	17,0	19,1	-11,0%
Activités Internationales	9,2	8,8	+4,5%
Spectacles et Autres Productions	1,4	9,7	-85,6%
Diffusion	14,6	13,0	+12,3%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	83,5	95,3	-12,4%
Echanges dissimilaires	0,9	0,8	+12,5%
Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires	84,4	96,1	-12,2%

^(R) : en application de la norme IFRS 11 au 1er janvier 2014, les sociétés auparavant consolidées par intégration proportionnelle sont désormais mises en équivalence ; les chiffres du 1er trimestre 2013 ont ainsi été retraités par rapport aux données présentées lors de la publication du chiffre d'affaires du 1er trimestre 2013. L'application de cette norme n'a pas d'impact significatif sur le chiffre d'affaires consolidé du groupe.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe (hors échanges dissimilaires) au 1^{er} trimestre 2014 s'élève à 83,5 millions d'euros contre 95,3 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013, en retrait de 12,4% (à périmètre et taux de change comparables).

Le 1^{er} trimestre de l'année 2013 avait été marqué par le succès de la comédie musicale « 1789 Les Amants de la Bastille ». **Hors « 1789 », le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2014 est en retrait de 5,0% par rapport à l'année dernière.**

Au premier trimestre 2014, le chiffre d'affaires du **pôle Média Musicaux et Événementiel** s'est élevé à 41,3 millions d'euros contre 44,7 millions d'euros au premier trimestre 2013, en baisse de 7,6%. Pour la seule activité de radio, le chiffre d'affaires est en retrait de 7,1%, dans un contexte de marché toujours difficile.

La dernière vague de mesure d'audience de la radio pour la période janvier-mars 2014 publiée par Médiamétrie a confirmé les bonnes tendances de la radio NRJ avec un gain de **397 000 nouveaux auditeurs quotidiens** en un an¹ ; NRJ progresse pour la 15^{ème} vague consécutive sur une même vague d'une année sur l'autre² et **consolide sa place de première radio de France en audience cumulée**.

Au total, avec les radios NRJ, NOSTALGIE, CHERIE FM et RIRE & CHANSONS, NRJ GROUP rassemble plus de **12,6 millions d'auditeurs quotidiens**³. NRJ GROUP confirme sa place de 1^{er} groupe radio privé de France en nombre d'auditeurs.

Source : Médiamétrie 126 000 Radio, Janvier-Mars 2014, Lundi à Vendredi, 13 ans et plus, 5h-24h:

¹ Evolution annuelle de l'Audience Cumulée en milliers

² Les 15 dernières vagues Septembre-Octobre 2010 à Janvier-Mars 2014 : progression sur une même vague d'une année à l'autre.

³ Audience Cumulée NRJ GROUP (NRJ GLOBAL) : 12 627 000 auditeurs quotidiens

En **Télévision**, le chiffre d'affaires s'est élevé à 17,0 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2014 à comparer à 19,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013, soit une baisse de 11,0% dans un marché publicitaire où la pression sur les prix et les perspectives économiques défavorables continuent à peser.

En termes d'audience, sur le début de l'année 2014, NRJ 12 se positionne en 4^{ème} place de l'ensemble des chaînes TNT⁴, sur l'ensemble du public. Dans le même temps, CHERIE 25 bénéficie de la meilleure affinité de toutes les chaînes gratuites auprès des femmes de 15 ans et plus qui comptent pour 70,6 % de son public⁵ et de 0,5% de PDA⁶ (Femmes 25-49).

Durant le premier trimestre 2014, NRJ Group a mis en place une grille de programmes de NRJ 12 plus profitable, conduisant à une augmentation significative de sa rentabilité, tout en continuant sa stratégie d'innovation de programmes à coûts maîtrisés avec le lancement de la fiction quotidienne de journée : *Dreams, 1 rêve 2 vies* et la série réalité *Giuseppe Ristorante*.

Le chiffre d'affaires du **pôle Activités Internationales** s'élève à 9,2 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2014 contre 8,8 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013, soit une hausse de 4,5%, portée par la croissance de l'activité en Belgique et en Allemagne.

Le chiffre d'affaires du **pôle Spectacles et Autres Productions** s'est élevé à 1,4 million d'euros au 1^{er} trimestre 2014 contre 9,7 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013, ceci s'expliquant par l'arrêt de la comédie musicale « 1789 Les Amants de la Bastille » le 5 janvier 2014. Le caractère non-récurent des activités de ce pôle induit des effets de base significatifs qui ont pesé sur le chiffre d'affaires du Groupe ce trimestre.

Enfin, la contribution du **pôle Diffusion** au chiffre d'affaires consolidé atteint 14,6 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2014, à comparer à 13,0 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013, soit une progression de 12,3%, ce pôle poursuivant son développement à un rythme soutenu.

Commentaire sur les conditions de formation du résultat au 1^{er} trimestre 2014 et évolution récente

La baisse du chiffre d'affaires constatée au 1^{er} trimestre 2014 a été fortement compensée dans la formation du résultat opérationnel courant consolidé grâce à une baisse significative des charges. Au cours du 1^{er} trimestre 2014, le Groupe a optimisé sa structure de coûts y compris sa grille de programmes en Télévision.

Sur le premier mois du second trimestre 2014, le Groupe a enregistré une contraction de ses recettes publicitaires en France par rapport à la même période du mois d'avril 2013.

Récapitulatif des informations importantes publiées au cours de 1^{er} trimestre 2014

- Publication du chiffre d'affaires annuel 2013 (communiqué de presse du 5 février 2014),
- Publication des résultats annuels 2013 (communiqué de presse du 12 mars 2014),

Prochain rendez-vous

- Le Groupe tiendra son Assemblée Générale le 14 mai 2014 à son siège social

Sources : Médiamétrie - Médiamat

⁴ PDA T1 2014, ex aequo avec NT1 et Gulli

⁵ Structure du TME, T1 2014, base 15+

⁶ Médiamétrie Médiamat Editeur, Janvier- Mars 2014, PDA

A propos de NRJ GROUP

NRJ GROUP est l'un des principaux groupes de média privés français et un acteur international implanté dans 13 autres pays, soit par le biais d'implantations directes, soit via des contrats de licence de marque NRJ/ENERGY, première marque radio internationale, et/ou NOSTALGIE/NOSTALGIA. En France, le Groupe est leader sur le marché privé de la radio et l'un des nouveaux acteurs du marché de la télévision. Le Groupe est également un acteur significatif du marché de la diffusion hertzienne à travers sa filiale towerCast, 2^{ème} opérateur sur le marché français de la diffusion. NRJ GROUP exerce les métiers d'éditeur, de producteur, de diffuseur et assure la commercialisation de ses propres espaces média. Depuis plusieurs années, il s'appuie sur la force de son média radio et de ses marques NRJ, NOSTALGIE, CHERIE FM, RIRE & CHANSONS, sur son expertise marketing et sa puissance commerciale pour déployer de nouveaux médias, notamment en Télévision, ou de nouveaux modes de consommation de son offre média, notamment via internet, ainsi que des activités connexes en partenariat afin de suivre et d'anticiper les évolutions de consommation et de proposer une offre publicitaire élargie à ses clients.

L'action NRJ GROUP est cotée sur le marché Euronext à Paris (compartiment B).

Codes - ISIN : FR00012169; Reuters : SONO.PA; Bloomberg : NRG FP.

Information analystes et investisseurs

NRJ GROUP – Communication Financière, 46-50 avenue Théophile Gautier 75016 Paris

www.nrjgroup.fr comfinance@nrj.fr

NRJ GROUP - Société anonyme au capital de 810 815,35 euros – SIREN 332 036 128 RCS PARIS
Siège social : 22 rue Boileau 75 016 Paris