



Paris, le 4 mai 2018 – 17h45
Information financière du 1^{er} trimestre 2018 – NRJ Group

Bon trimestre avec une croissance du chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ de 1,5 % portée notamment par la forte croissance du pôle TV

En millions d'euros	T1 2018	T1 2017®	Variation
Radio	52,1	56,1 ⁽²⁾	-7,1%
Télévision	21,6	19,5	+10,8%
Diffusion	16,3	13,1	+24,4%
Chiffre d'affaires hors échanges	90,0	88,7	+1,5%
Chiffre d'affaires échanges	3,9	4,9	-20,4%
Chiffre d'affaires	93,9	93,6	+0,3%

⁽¹⁾ Données retraitées après application rétroactive au 1^{er} janvier 2017 de la norme IFRS 15 (cf annexe ⁱ)

⁽²⁾ Après regroupement des pôles «MME» et «Activités Internationales» dans un nouveau pôle «Radio» (cf annexe ⁱⁱ)

Le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2018 un chiffre d'affaires⁽¹⁾ consolidé de 90,0 M€, en hausse de 1,5 % par rapport à la même période de 2017.

RADIO

Au 1^{er} trimestre 2018, le Groupe enregistre sur son activité radio un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 52,1 M€ en baisse de 7,1%.

Les activités Radio en France (ex « MME ») affichent un chiffre d'affaires⁽¹⁾ en repli compte tenu notamment d'un effet de base défavorable (pour rappel, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ de cette activité avait affiché au 1^{er} trimestre 2017 une croissance de 3,3 %).

Au 1^{er} trimestre 2018, selon la dernière vague Médiamétrie, la PDA 13+ de NRJ Group est en progression de 0,1 point⁽³⁾ sur un an à 13,9%⁽⁴⁾. Sur la cible des 25-49 ans, NRJ Group rassemble le plus grand nombre d'auditeurs chaque jour avec près de 4,9 millions d'auditeurs⁽⁵⁾ et enregistre une PDA de 16,8 %⁽⁴⁾.

NRJ confirme sa place de 1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans⁽⁶⁾ et Manu dans le 6/9 est la 1^{ère} Matinale de France également sur les moins de 65 ans⁽⁶⁾. Nostalgie signe sa plus forte augmentation historique avec +340 000 nouveaux auditeurs⁽⁷⁾ quotidiens gagnés en un an et enregistre les plus fortes progressions toutes stations confondues, tant en nombre d'auditeurs qu'en PDA, avec +0,9 point gagné en un an (+23%)⁽³⁾.

Les activités digitales poursuivent leur croissance sur le 1^{er} trimestre 2018 et enregistrent un chiffre d'affaires en progression constante au cours du trimestre avec une hausse de 4,2 %. NRJ conserve sa place de 1^{ère} marque radio digitale de France⁽⁸⁾ et le Groupe a enregistré en mars 2018 avec ses médias digitaux propriétaires déclinés sur ses quatre marques, 55,6 millions de sessions d'écoutes actives Monde⁽⁹⁾ avec un record historique de l'écoute online des flux FM⁽¹⁰⁾.

Au 1^{er} trimestre 2018, les activités Radio à l'international affichent un chiffre d'affaires⁽¹⁾ en repli.

Dans le contexte d'extinction en Norvège de la bande FM au profit de la radio numérique, le Groupe a choisi de concéder à son partenaire local un contrat de licence de marque après lui avoir cédé sa filiale au 1^{er} janvier 2018.

Ce nouveau mode d'exploitation conduit à une baisse du chiffre d'affaires de près de 0,5 million d'euros au 1^{er} trimestre 2018, sans impact significatif toutefois sur les résultats.

TELEVISION

Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV enregistre une hausse de 10,8 % au 1^{er} trimestre 2018, à 21,6 M€. Cette croissance profite à chacune des 3 chaînes du Groupe et est notamment liée à la très bonne performance commerciale de Chérie 25.

Au premier trimestre 2018, la PDA cumulée des deux chaînes gratuites de NRJ Group (NRJ 12 + Chérie 25) s'établit à 2,4 %⁽¹¹⁾ sur l'ensemble du public, à 3,0 %⁽¹¹⁾ sur la cible 25-49 ans et à 3,3 %⁽¹¹⁾ sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans.

NRJ 12 enregistre une belle dynamique commerciale sur le parrainage (+74%) et bénéficie d'un travail d'optimisation de sa grille et de ses audiences. La chaîne mise désormais sur une seule série-réalité quotidienne à un carrefour d'audience au potentiel publicitaire plus fort. Ainsi, le Groupe a lancé la nouvelle saison de son programme emblématique « Les Anges » positionné en Access Prime Times de 19h à 20h⁽¹²⁾. Avec un démarrage au 12 mars 2018, l'audience du 19h-20h affiche au 1^{er} trimestre 2018 une progression prometteuse sur les cibles privilégiées, et enregistre ainsi une croissance de 0,6 point sur les 25-49 ans⁽¹³⁾ et de 0,5 point sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans⁽¹³⁾.

Chérie 25 affiche une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires. Grâce à une solide efficacité commerciale et un positionnement clair, la performance publicitaire de la chaîne s'améliore significativement au 1^{er} trimestre 2018.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2018, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 16,3 M€, **en hausse de 24,4 %** par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2017. Cette forte progression s'explique par une solide croissance organique de 21 % en radio et par des prestations de réaménagement des fréquences commandées par l'ANFR. Ces dernières vont continuer à impacter positivement le pôle Diffusion en 2018.

Prochain rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 16 mai 2018, au siège social du Groupe et publication des résultats semestriels 2018, le 26 juillet 2018 (après bourse).

ANNEXES

¹ Mise en oeuvre de la norme IFRS 15

Au premier trimestre 2018, le Groupe a appliqué la norme IFRS 15 « Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients ».

Cette norme obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2018 et d'application rétroactive au 1^{er} janvier 2017, n'a pas d'incidence significative sur les résultats du Groupe. Ses principaux impacts résident :

- d'une part dans l'appréhension des revenus issus des partenariats en Zone Nordique (Suède, Norvège et Finlande) en chiffre d'affaires et non plus en autres produits d'activité pour 3,3 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2017.
- et d'autre part dans la prise en compte des échanges « similaires », jusqu'alors éliminés, pour 4,3 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2017.

En millions d'euros	T1 2017 Publié	Impact IFRS 15 Partenariats	Impact IFRS 15 Echanges similaires	T1 2017 Retraité
Chiffre d'affaires hors échanges	85,4	3,3		88,7
Médias Musicaux et Evénementiel	43,5			43,5
Télévision	19,5			19,5
Activités Internationales	9,3	3,3		12,6
Diffusion	13,1			13,1
Chiffre d'affaires échanges	0,6	*	4,3	4,9
Chiffre d'affaires	86,0	3,3	4,3	93,6

*Echanges dissimilaires

ii Evolution de l'information sectorielle

NRJ Group a modifié la structure des pôles de son information sectorielle en créant le pôle Radio qui regroupe désormais les pôles MME et Activités Internationales aux caractéristiques économiques similaires. Les pôles Télévision, Diffusion et Autres Activités restent inchangés. Cette évolution reflète la stratégie du groupe de développer ses activités à l'international.

Le Groupe publiera désormais un chiffre d'affaires (hors échanges) et un ROC (hors échanges) pour chacun des 4 pôles suivants :

- Radio
- Télévision
- Diffusion
- Autres Activités.

En application de la norme IFRS 8 « Secteurs Opérationnels », les données 2017 de chacun des pôles sont présentées, retraitées de ce regroupement, dans l'information ci-dessus.

Avertissement: Ce communiqué peut contenir des informations de nature prévisionnelle. Ces informations constituent soit des tendances, soit des objectifs, et ne sauraient être regardées comme des prévisions de résultat ou de tout autre indicateur de performance. Ces informations sont soumises par nature à des risques et incertitudes, qui peuvent dans certains cas, être hors de contrôle de la Société. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Document de référence de la Société, disponible sur son site internet (www.nrjgroup.fr) à la rubrique "Finances/ Publications financières/ Rapports financiers".

Sources :

- (1) Hors échanges.
- (2) Après regroupement des pôles «MME» et «Activités Internationales» dans un nouveau pôle «Radio» (cf annexe ⁱⁱ).
- (3) Médiamétrie, 126 000 radio, Janvier-Mars 2018 versus Janvier-Mars 2017, L-V, 5h-24h PDA 13 ans et plus.
- (4) Médiamétrie, 126 000 radio, Janvier-Mars 2018, L-V, 5h-24h, PDA 13 ans et plus ou cibles citées.
- (5) Médiamétrie, 126 000 radio, Janvier-Mars 2018, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC, NRJ Group (NRJ Global).
- (6) Médiamétrie, 126 000 radio, Janvier-Mars 2018, L-V, 5h-24h et 6h-9h, 13 ans et plus ou cibles citées, AC.
- (7) Médiamétrie, 126 000 radio, Janvier-Mars 2018 versus Janvier-Mars 2017, L-V, 5h-24h AC 13 ans et plus.
- (8) ACPM, ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Mars 2018 sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France. Marque NRJ : 19 723 312 sessions d'écoutes actives + 30 secondes.
- (9) ACPM, ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Mars 2018, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données Monde. Groupe NRJ : 55 561 086 sessions d'écoutes actives + 30 secondes.
- (10) ACPM, ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Mars 2018 sessions d'écoutes actives +30 secondes, données Monde. Premiums NRJ Group : 26 023 599 sessions d'écoutes actives, soit : Premium NRJ : 10 474 365 sessions d'écoutes actives, Premium Nostalgie : 5 930 419 sessions d'écoutes actives, Premium Chérie : 5 954 127 sessions d'écoutes actives et Premium Rire & Chansons : 3 664 688 sessions d'écoutes actives.
- (11) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, L&D, Janvier-Mars 2018.
- (12) Episode inédit.
- (13) Médiamétrie, Médiamat, PDA en réaffectation, NR12, cibles citées, 19h-20h, L&V, Janvier-Mars 2018 versus Janvier-Mars 2017.

A propos de NRJ GROUP

NRJ GROUP figure parmi les principaux groupes de média privés français exerçant les métiers d'éditeur, de producteur, de diffuseur tout en assurant la commercialisation de ses propres espaces média.

En France, le Groupe occupe une place de leader sur le marché privé de la radio grâce à ses 4 marques (NRJ, CHERIE, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS) ; est un acteur significatif du marché de la télévision qui opère et développe deux chaînes nationales gratuites (NRJ 12 et CHERIE 25) et une chaîne payante (NRJ HITS, 1^{re} chaîne musicale du câble-satellite-ADSL) ; et est le 2^{eme} opérateur du marché français de la diffusion, à travers sa filiale towerCast. S'appuyant sur la force de ses marques, son expertise marketing et sa puissance commerciale, le Groupe a également développé ces dernières années un écosystème digital lui permettant de suivre et d'anticiper l'évolution de la consommation des médias sur les nouveaux supports en prolongement de son territoire de marques initial : sites web, applications mobiles, multi-channel network et près de 240 radios digitales. NRJ Group est aujourd'hui le 1^{er} groupe privé de radios digitales en France. Cette présence digitale permet aux régies publicitaires du Groupe, avec la data qui est un enjeu stratégique pour le Groupe, de proposer une offre élargie à ses clients avec un ciblage publicitaire affiné.

A l'international, le Groupe est implanté dans 16 autres pays, soit par le biais d'implantations directes, soit via des partenariats ou des contrats de licence de marque NRJ/ENERGY, première marque radio internationale, et/ou NOSTALGIE/NOSTALGIA.

L'action NRJ GROUP est cotée sur le marché Euronext à Paris (compartiment B).
Codes - ISIN : FR0000121691 ; Reuters : NRG-FR ; Bloomberg : NRG FP.

Information analystes et investisseurs

NRJ GROUP – Communication Financière, 46-50 avenue Théophile Gautier 75016 Paris- www.nrjgroup.fr
FTI Consulting – Arnaud de Cheffontaines | Marina Louvard / Tel : + 33 1 47 03 68 63 / e-mail : nrjgroup@fticonsulting.com

NRJ GROUP - Société Anonyme au capital de 784 178,46 euros
Siège social : 22, rue Boileau 75016 Paris
332 036 128 RCS PARIS