



Paris, le 6 mai 2019 - 17h45

Information financière du 1^{er} trimestre 2019 - NRJ Group

Croissance du chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ de 1,9 % Progression du chiffre d'affaires Radio favorisée par le développement du digital

| En millions d'euros | T1 2019 | T1 2018 | Variation |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Radio | 53,0 | 52,1 | +1,7% |
| Télévision | 21,2 | 21,6 | -1,9% |
| Diffusion | 17,5 | 16,3 | +7,4% |
| Chiffre d'affaires hors échanges | 91,7 | 90,0 | +1,9% |
| Chiffre d'affaires échanges | 4,4 | 3,9 | +12,8% |
| Chiffre d'affaires | 96,1 | 93,9 | +2,3% |

Le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2019 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 91,7 M€, en hausse de 1,9 % par rapport à la même période de 2018.

RADIO

Au premier trimestre 2019, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 53,0 M€ en progression de 1,7% par rapport au 1^{er} trimestre 2018. Le Groupe enregistre sur son activité principale une croissance tant sur le plan international que sur le plan national et ce malgré la publication, mi-janvier, de résultats d'audiences qualifiés d'atypiques pour les formats musicaux par Médiamétrie elle-même⁽²⁾.

Avec les nouveaux résultats Médiamétrie de la vague janvier – mars 2019, la régie nationale du Groupe affirme son leadership sur les cibles commerciales prioritaires : les 25-49 ans⁽³⁾ et les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans⁽³⁾. Les deux programmes phares de NRJ (« MANU DANS LE 6/9 » et « C'Cauet ») enregistrent des progressions significatives de leur part d'audience en un an, respectivement de +10%⁽⁴⁾ et +11%⁽⁵⁾. « MANU DANS LE 6/9 » confirme sa place de 1^{ère} matinale de France sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽⁶⁾ et « C'Cauet » celle de 1^{er} drive de France sur les moins de 60 ans⁽⁷⁾.

Au 1^{er} trimestre 2019, le Groupe a lancé deux campagnes de communication nationale pour promouvoir ces deux programmes de divertissement. La première en janvier, axée sur l'émission « MANU DANS LE 6/9 sur NRJ », avec la complicité des superstars NRJ et la seconde en mars axée sur l'émission de drive-time « C'CAUET SUR NRJ ».

Les activités digitales poursuivent leur croissance sur le 1^{er} trimestre 2019 en enregistrant un chiffre d'affaires⁽¹⁾ en progression de 28%. Cette croissance est portée par l'ensemble de l'écosystème digital du Groupe, qui confirme, en mars 2019, sa position de premier groupe privé de radios digitales⁽⁸⁾.

TELEVISION

En comparaison avec un 1^{er} trimestre 2018 en forte hausse (+10,8 %), le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV s'élève à 21,2 M€ au 1^{er} trimestre 2019 et affiche un retrait de 0,4 M€ lié notamment au recul du parrainage sur NRJ 12 qui retrouve un niveau proche de celui du 1^{er} trimestre 2017.

Les chaînes gratuites du pôle TV (NRJ 12 + Chérie 25) enregistrent sur le 1^{er} trimestre de l'exercice 2019 des gains d'audience sur l'ensemble du public et sur les cibles commerciales prioritaires. Ainsi, la PDA 4 ans et + atteint 2,6%⁽⁹⁾ soit + 0,2 point⁽¹⁰⁾ par rapport au premier trimestre 2018, la PDA des 25-49 ans s'élève à 3,1%⁽⁹⁾ soit +0,1 point en un an⁽¹⁰⁾ et la PDA Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans est en progression de 0,3 point⁽¹⁰⁾ à 3,6%⁽⁹⁾.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2019, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 17,5 M€, en hausse de 7,4 % par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2018, portée par une croissance de plus de 5% des activités de diffusion FM et des activités TNT, ainsi que par des prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT qui devraient prendre fin en juin 2019.

Prochains rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 15 mai 2019, au siège social du Groupe et publication des résultats semestriels 2019, le 25 juillet 2019 (après bourse).

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) Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.
- (2) Communiqué de presse Médiamétrie du 15 janvier 2019 ; enquête Médiamétrie 126 000 Radio ; L'Audience de la Radio en France Novembre-Décembre 2018.
https://www.mediametrie.fr/sites/default/files/2019-01/126%20000%20Radio_Nov-D%C3%A9c%202018.pdf
- (3) Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2019, NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC, QHM et PDA(25-49 ans ex-aequo avec France Inter pour le QHM et PDA).
- (4) Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2019, NRJ, L-V, 13ans et +, 06h00-09h30, évolution de la PDA Janv-Mars 2019 vs Janv-Mars 2018.
- (5) Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2019, NRJ, L-V, 13ans et +, 17h00-20h00, évolution de la PDA Janv-Mars 2019 vs Janv-Mars 2018.
- (6) Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2019, NRJ, L-V, cible citée, AC, 06h00-09h30.
- (7) Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2019, NRJ, L-V, cible citée, AC, 17h00-20h00.
- (8) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, mars 2019, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 32 789 198 sessions d'écoutes actives.
- (9) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, Janv-Mars 2019.
- (10) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, Janv-Mars 2019 vs Janv-Mars 2018, évolution en points.

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 FM, 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^{ère} chaîne musicale du câble-satellite-ADSL) et est le 2^{ème} 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 | Cosme Julien-Madoni | Tel : + 33 1 47 03 68 19

nrjgroup@fticonsulting.com