



Paris, le 12 mars 2014

Résultats 2013

**ROC¹ consolidé 2013 de 58,2 M€
en hausse de 8,3% à 73,4 M€ hors CHERIE 25**

- Radio en France (MME) : croissance du ROC¹ de +10,8%
- Télévision : poursuite des investissements – NRJ 12 est rentable au 2nd semestre
- International : croissance du ROC¹ en 2013 de +133%
- Diffusion : poursuite de la croissance solide du résultat + 15,7%

12 mois au 31 décembre en millions d'euros	2013	2012	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	409,0	393,0	+4,1%
Chiffre d'affaires y compris échanges dissimilaires	414,3	397,3	+4,3%
<i>Résultat opérationnel courant hors échanges et hors CHERIE 25</i>	<i>73,4</i>	<i>67,8</i>	<i>+8,3%</i>
Résultat opérationnel courant hors échanges dissimilaires	58,2	63,5	-8,3%
Résultat opérationnel courant	57,9	62,9	-7,9%
Résultat net part du Groupe	19,8	37,1	-46,6%
en millions d'euros	31/12/2013	31/12/2012	Variation
Excédent net de trésorerie*	102,9	82,9	+24,1%
Capitaux propres part du Groupe	513,8	497,1	+3,4%

* trésorerie courante nette des passifs financiers courants et non courants

En 2013, malgré des conditions de marché peu favorables, NRJ GROUP a fait progresser son résultat opérationnel courant hors échanges de +8,3% à 73,4 millions d'euros avant prise en compte des pertes inhérentes au développement de la nouvelle chaîne nationale CHERIE 25. Au total, après prise en compte des pertes liées au développement de CHERIE 25, la baisse du résultat opérationnel courant hors échanges est limitée à -8,3% et s'établit à 58,2 millions d'euros au 31/12/2013.

Ce résultat reflète la croissance du résultat opérationnel courant des différents pôles d'activité à l'exception du pôle TV en raison d'un marché publicitaire particulièrement difficile en télévision.

En effet, NRJ GROUP a :

- fait **progresser le résultat et la rentabilité de ses activités de radio** et fait progresser fortement l'audience de sa station **NRJ, 1^{ère} radio de France, qui a atteint son plus haut niveau d'audience historique**,
- poursuivi ses investissements en télévision nationale gratuite, notamment avec le développement de sa nouvelle chaîne CHERIE 25. Pour **NRJ12, malgré la persistance d'un marché publicitaire difficile, le Groupe est parvenu à atteindre la rentabilité sur le second semestre** et a compensé ainsi en partie l'impact négatif observé au 1^{er} semestre,
- fait **progresser fortement le résultat et la rentabilité de ses activités à l'international** qui contribuent désormais de manière importante aux résultats,
- poursuivi le développement de ses productions (comédie musicale et label musical),
- fait **progresser le résultat et la rentabilité de ses activités de diffusion hertzienne en France.**

¹ Résultat Opérationnel Courant hors échanges dissimilaires

Compte tenu des charges et produits opérationnels non courants négatifs de 4,7 millions d'euros, du résultat financier négatif de 0,7 million d'euros, de la charge d'impôt sur les résultats qui s'élève à 32,8 millions d'euros, et des autres éléments du compte de résultat. **le résultat net part du groupe** s'établit à 19,8 millions d'euros en 2013 à comparer à 37,1 millions d'euros en 2012, en baisse de -46,6%.

L'excédent net de trésorerie au 31 décembre 2013 s'élève à 102,9 millions d'euros en augmentation de 20,0 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2012. Compte tenu de cette situation favorable à l'issue de l'exercice, le Groupe a décidé de mettre en œuvre un mandat de rachat d'actions début 2014.

Le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale des actionnaires du 14 mai prochain de ne pas distribuer de dividende au titre de l'exercice 2013. Il proposera, par ailleurs, à l'Assemblée Générale d'autoriser un nouveau programme de rachat d'actions.

Résultat opérationnel courant (hors échanges) par activité

12 mois au 31 décembre - en millions d'euros	2013	2012	Variation
Média Musicaux et Événementiel	53,3	48,1	+10,8%
Télévision	(21,9)	(5,3)	na
Activités Internationales	9,3	4,0	+133%
Spectacles et Autres Productions	3,9	4,4	-11,4%
Diffusion	14,7	12,7	+15,7%
Autres activités	(1,1)	(0,4)	na
Résultat Opérationnel Courant hors opérations d'échanges dissimilaires	58,2	63,5	-8,3%
Résultat sur opérations d'échanges dissimilaires	(0,3)	(0,6)	na
Résultat Opérationnel Courant	57,9	62,9	-7,9%

Le **résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires du pôle Médias Musicaux et Événementiel** s'établit à 53,3 millions d'euros au 31 décembre 2013, en progression de +10,8%, et la **marge opérationnelle courante** progresse de 2,6 points à 26,3%.

Cette performance reflète la croissance des résultats de l'activité radio, portée notamment par les excellents résultats d'audience de la station NRJ, mais aussi par la croissance des résultats de l'activité digitale qui contribue positivement aux résultats en 2013 grâce au développement de l'écoute des radios du Groupe sur l'Internet et l'Internet mobile.

En effet, alors que Médiamétrie a enregistré sur la dernière période de mesure d'audience de Novembre-Décembre 2013 le plus haut niveau historique de consommation du média radio avec 43,6 millions d'auditeurs quotidiens, **la station NRJ a battu son précédent record d'audience historique avec 6 785 000 auditeurs chaque jour**. La station confirme sa place de **1^{ère} radio de France** face à une concurrence qui s'inscrit en recul et affiche ainsi la plus forte avance jamais atteinte. Parmi les 6 785 000 auditeurs consacrant NRJ **1^{ère} radio de France**, **1 447 000 l'écourent sur les supports multimédias**, smartphones, tablettes, ordinateurs, etc... consacrant également **NRJ 1^{ère} radio de France sur tous les supports multimédias**.

Les stations NOSTALGIE et CHERIE FM voient également leur audience progresser sur la dernière vague et toutes les stations affichent une croissance de leur part d'audience d'une année sur l'autre. **Au total, avec près de 12,6 millions d'auditeurs quotidiens, NRJ GROUP propose la 1^{ère} offre commerciale radio de France et confirme son leadership sur la cible commerciale clef des 25-49 ans.** (Source : Médiamétrie, 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2013, LàV, 5h-24h, Audience Cumulée et PDA)

Selon le dernier classement OJD de janvier 2014, **NRJ est également la 1^{ère} marque de webradios en France** avec près de 35 millions d'écoutes actives de plus de 30 secondes. Au total avec son offre de plus de 210 webradios, NRJ GROUP enregistre plus de 48,4 millions de sessions d'écoute active de plus de 30 secondes et occupe 35 places parmi les 100 radios les plus écoutées en numérique. (Source : OJD, diffusion globale des webradios, janvier 2014).

En **Télévision**, la perte opérationnelle courante hors échanges dissimilaires s'est élevée à 21,9 millions d'euros en 2013 contre 5,3 millions d'euros en 2012. En 2013, le résultat intègre les pertes inhérentes au développement de CHERIE 25 et intègre également l'impact négatif d'un marché publicitaire particulièrement difficile en télévision.

Le Groupe rappelle que la perte s'était élevée à 17,7 millions d'euros au 1^{er} semestre 2013. Au second semestre, compte tenu de la persistance des conditions défavorables du marché publicitaire, le Groupe s'est adapté et a poursuivi le déploiement de sa stratégie éditoriale avec une parfaite maîtrise de son coût de grille tant sur NRJ12 que sur CHERIE 25. Ainsi, NRJ 12 a dégagé un résultat opérationnel courant positif sur le second semestre 2013, en progression par rapport à 2012, compensant en partie la perte enregistrée au 1^{er} semestre. De même, le développement de CHERIE 25 s'est poursuivi de manière tout à fait maîtrisée au second semestre.

En termes d'audience, grâce à sa stratégie de développement de marques identitaires, **NRJ 12 a confirmé en 2013 son succès auprès de la cible commerciale clef des 25-49 ans avec 2,7% de PDA** en moyenne sur l'année 2013 et se positionne ainsi 4^{ème} chaîne TNT sur cette cible. Avec près de 9,1 millions de téléspectateurs quotidiens en moyenne sur l'année, NRJ 12 enregistre également de bons niveaux de part d'audience sur les autres cibles commerciales prioritaires. En renforçant sa stratégie de programmes identitaires et identifiés, NRJ12 est aussi l'une des chaînes qui suscite le plus de réaction de son public. En effet, en 2013, NRJ 12 est la 2^{ème} chaîne nationale la plus tweetée de France.

Concernant CHERIE 25, en 2013 le Groupe a travaillé en priorité le positionnement de la chaîne sur la cible féminine. Ainsi au terme de la 1^{ère} année de déploiement des nouvelles chaînes TNT HD avec une couverture de la population française qui était encore limitée à 47% mi-2013 et 67% en fin d'année 2013, CHERIE 25 est rapidement devenue la chaîne la plus féminine des chaînes gratuites en France avec un public composé aujourd'hui à 66% de femmes. (Sources : Médiamétrie – Médiamat, *Tvtweet)

Les **Activités Internationales** contribuent désormais de manière importante aux résultats du Groupe. En effet, le résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires s'élève à 9,3 millions d'euros en 2013 à comparer à 4,0 million d'euros en 2012, soit une hausse de 133%. Cette forte progression du résultat reflète notamment les effets positifs de la rationalisation des activités en zone germanophone, la poursuite de la croissance de l'activité rentable en Belgique, les effets du nouveau partenariat en Suède et enfin le développement des produits de licence.

Le résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires du pôle **Spectacles et Autres Productions** s'élève à 3,9 millions d'euros en 2013 contre 4,4 millions d'euros en 2012. En 2013, la contribution du spectacle « 1789 Les Amants de la Bastille » s'est élevée à 1,2 million d'euros contre 2,0 millions d'euros en 2012. Le résultat du pôle en 2013 intègre également les bons résultats du label musical qui a poursuivi sa croissance sur le marché des compilations.

Enfin, l'EBITDA² du pôle **Diffusion** s'élève à 28,4 millions d'euros en 2013 contre 25,4 millions d'euros en 2012. Au total, après prise en compte des amortissements (et provisions) qui s'inscrivent en hausse compte tenu de la poursuite des investissements, le résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires s'élève à 14,7 millions d'euros en 2013 contre 12,7 millions d'euros en 2012, en progression de 15,7%.

Le résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires du pôle **Autres Activités**, qui inclut les charges et produits liés à la gestion et à la refacturation des fonctions supports est en perte de 1,1 million d'euros en 2013 à comparer à une perte de 0,4 million d'euros en 2012.

Evolution récente et perspectives

Malgré la persistance d'un environnement économique incertain et d'une visibilité faible, le Groupe aborde l'année 2014 avec confiance dans sa capacité à gagner des parts de marché en radio et à poursuivre son développement en télévision. Le Groupe s'appuiera également sur ses activités rentables à l'International et poursuivra le développement rentable de sa filiale de diffusion.

- en Radio, l'objectif est de poursuivre le développement de l'audience de l'ensemble des stations. Le Groupe se fixe également comme objectif de poursuivre le développement de l'audience de ses webradios et de ses activités digitales,
- en Télévision, le Groupe continuera sa politique de développement de productions identitaires en synergies avec ses deux chaînes NRJ 12 et CHERIE 25. Avec une parfaite maîtrise du coût du grille et un renforcement de l'efficacité commerciale, l'objectif est d'être à l'équilibre ou rentable sur NRJ 12 selon les conditions de marché. Le groupe a entamé également des réflexions sur les moyens d'enrayer la situation déficitaire de NRJ PARIS,
- à l'International, l'objectif du Groupe est de consolider ses positions et de maintenir la bonne marge opérationnelle atteinte sur ce pôle,
- sur l'activité de Diffusion enfin, celle-ci continuera de se développer notamment sur le marché de la diffusion TNT dans le cadre du déploiement, prévu jusqu'à mi-2015, des six nouvelles chaînes HD. Sur cette activité, le Groupe poursuit ses réflexions stratégiques et continue d'étudier les conditions capitalistiques et industrielles qui pourraient permettre à towerCast de poursuivre, voire d'accélérer son développement.

Tendances

A ce stade, sur le début de l'année, le marché publicitaire en France est resté difficile.

² Résultat opérationnel courant hors opérations d'échanges dissimilaires avant dotations aux amortissements et aux provisions

Information complémentaire :

Les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2013 de NRJ GROUP ont été arrêtés par le Conseil d'administration réuni le 12 mars 2014.

Les procédures d'audit sur les comptes sociaux et consolidés ont été effectuées. Les rapports de certification seront émis après finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du document de référence ou de la publication du rapport financier annuel.

Le Groupe publiera son Information Financière du 1^{er} trimestre 2014 le 7 mai 2014 (communiqué diffusé après la clôture la Bourse de Paris)

Le Groupe tiendra son Assemblée Générale le 14 mai 2014

A propos de NRJ GROUP

NRJ GROUP est l'un des principaux groupes de média privés français et un acteur international implanté dans 22 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 grandissant 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, ainsi que des activités connexes en partenariat comme la Téléphonie Mobile 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 : FR000121691; Reuters : SONO.PA; Bloomberg : NRG FP. - www.nrjgroup.fr