



## Information financière du 3<sup>ème</sup> trimestre 2014

Communiqué – Paris, le 5 novembre 2014

### Evolution positive du chiffre d'affaires<sup>1</sup> au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 (+2,1%)

- **Média Musicaux et Événementiel** : reprise de la croissance du chiffre d'affaires au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014, favorisée par les audiences et les actions commerciales engagées depuis la fin du 2<sup>ème</sup> trimestre 2014.
- **Télévision** : recul limité du chiffre d'affaires au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 (vs la baisse enregistrée au 1<sup>er</sup> semestre 2014) : une inversion de tendance encourageante pour le 4<sup>ème</sup> trimestre 2014.
- **Diffusion et Activités Internationales** : poursuite d'une croissance solide.
- **Perspectives** : dans un contexte économique atone, la visibilité sur les investissements publicitaires à venir demeure faible et la volatilité élevée.

#### 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 :

Chiffre d'affaires consolidé<sup>1</sup> Groupe : 85,9 millions d'euros (+2,1%)

#### 9 mois 2014 :

Chiffre d'affaires consolidé<sup>1</sup> Groupe : 267,4 millions d'euros (-8,7%)  
(-2,4% hors « 1789 Les Amants de la Bastille »)

| en millions d'euros                                   | 3 <sup>ème</sup> trimestre |                     |             | Cumul 9 mois |                     |              |
|---|----------------------------|---------------------|-------------|--------------|---------------------|--------------|
|   | 2014                       | 2013 <sup>(R)</sup> | Variation   | 2014         | 2013 <sup>(R)</sup> | Variation    |
| Média Musicaux et Événementiel                        | 43,8                       | 43,6                | 0,5%        | 136,1        | 142,5               | -4,5%        |
| Télévision  | 17,0                       | 17,2                | -1,2%       | 55,0         | 59,1                | -6,9%        |
| Activités Internationales                             | 9,3                        | 8,2                 | 13,4%       | 28,9         | 27,2                | 6,3%         |
| Spectacles et Autres Productions                      | 0,3                        | 1,1                 | -72,7%      | 2,5          | 23,5                | -89,4%       |
| Diffusion   | 15,5                       | 14,0                | 10,7%       | 44,9         | 40,7                | 10,3%        |
| <b>Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires</b> | <b>85,9</b>                | <b>84,1</b>         | <b>2,1%</b> | <b>267,4</b> | <b>293,0</b>        | <b>-8,7%</b> |
| Echanges dissimilaires                                | 0,6                        | 0,7                 | -14,3%      | 2,5          | 3,1                 | -19,4%       |
| <b>Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires</b>  | <b>86,5</b>                | <b>84,8</b>         | <b>2,0%</b> | <b>269,9</b> | <b>296,1</b>        | <b>-8,8%</b> |

<sup>(R)</sup>: en application de la norme IFRS 11 applicable rétroactivement au 1<sup>er</sup> janvier 2013, les sociétés auparavant consolidées par intégration proportionnelle sont désormais mises en équivalence ; les chiffres du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013 et sur les 9 premiers mois de l'année 2013 ont ainsi été retraités par rapport aux données présentées lors de la publication du chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013. L'application de cette norme n'a pas d'impact significatif sur le chiffre d'affaires consolidé du Groupe ni sur le résultat opérationnel courant consolidé du Groupe.

<sup>1</sup> Chiffre d'affaires hors opérations d'échanges dissimilaires

## LES FAITS MARQUANTS DU 3<sup>ème</sup> TRIMESTRE 2014

### Média Musicaux et Événementiel – CA T3 2014 : 43,8 M€ (+0,5%)

Le Groupe a enregistré une nouvelle progression de ses **audiences Radio** sur l'ensemble de la saison 2013-2014<sup>2</sup> soutenue, notamment, par NRJ qui a maintenu, à chaque publication d'audiences Médiamétrie, sa place de 1<sup>ère</sup> Radio de France<sup>3</sup> et a affiché sur l'ensemble de la saison le meilleur score de son histoire<sup>4</sup>.

NRJ conserve son large leadership sur **les nouveaux supports, Internet et Internet Mobile**. NRJ est la radio la plus écoutée de France sur chacun des supports d'écoute multimédia<sup>5</sup>. Il s'agit de la 1<sup>ère</sup> marque Radio de France sur Mobiles avec près de 733 300 visiteurs uniques par mois<sup>6</sup>. Enfin, NRJ Group est le 1<sup>er</sup> groupe de webradios en France avec près de 34 millions d'écoutes actives<sup>7</sup>. NRJ, la marque de webradios la plus écoutée de France a enregistré près de 24 millions d'écoutes actives<sup>7</sup> (soit une progression mensuelle, en septembre, de 8%).

### Télévision – CA T3 2014 : 17,0 M€ (-1,2%)

**NRJ 12<sup>8</sup>** a maintenu son rang de 4<sup>ème</sup> chaîne de la TNT aussi bien sur ses cibles prioritaires (PDA de 2,3% et 2,7% respectivement sur les 25-49 ans et sur les femmes RDA-50 ans) que sur l'ensemble du public (1,8% de PDA). La chaîne a continué de déployer sa stratégie de développement de marques fortes et identitaires sur l'ensemble de sa grille des programmes et réunit, en moyenne, chaque jour, 7,8 millions de téléspectateurs<sup>9</sup>.

NRJ 12 entame la saison 2014-2015 avec un « access Prime Time » renforcé, une grille de programmes plus diversifiée et marquée par de nouvelles émissions de divertissement : FRIENDS TRIP, PIEGES DE STARS, CE SOIR ON PART EN VACANCES, CHERIE T'ES LE MEILLEUR! et UNIQUE AU MONDE.

**CHERIE 25**, dont le taux de couverture en TNT HD atteint 85% à fin septembre, a renforcé son positionnement, « le divertissement au féminin », tout en maîtrisant strictement ses investissements. CHERIE 25 est aujourd'hui la chaîne gratuite la plus féminine (71,4% du public 15 ans et plus<sup>10</sup>).

Forte d'une identité reconnue, la chaîne débute sa rentrée 2014-2015 avec une grille de programmes (MR SELFRIDGE, HOT IN CLEVELAND, FRANKLIN & BASH, ON REMET LE COUVERT, SANS TABOU en quotidienne) et une communication renforcées autour de ses 4 grandes thématiques : l'Art de vivre, les Styles de vie, la Culture et le Divertissement.

### Activités Internationales – CA T3 2014 : 9,3 M€ (+13,4%)

Fruits des efforts de gestion effectués sur ce périmètre, l'ensemble des grandes zones géographiques internationales (Germanique, Francophone et Nordique) a contribué à la croissance des ventes.

### Diffusion – CA T3 2014 : 15,5 M€ (+10,7%)

Dans la continuité des actions engagées au cours du S1 2014, le pôle Diffusion a poursuivi son développement, notamment sur le marché de la TNT avec le déploiement des 6 nouvelles chaînes HD.

## EVOLUTION DU RESULTAT OPERATIONNEL COURANT<sup>11</sup> ET TENDANCES RECENTES

- Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014, le Groupe a enregistré un ROC<sup>11</sup> proche de celui du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013. Le ROC<sup>11</sup> a notamment été impacté, par l'évolution du ROC<sup>11</sup> de CHERIE 25 qui intègre une augmentation des coûts de diffusion (déploiement de la couverture TNT HD en France).
- Au 4<sup>ème</sup> trimestre, le marché publicitaire français, notamment celui de la radio, reste marqué par une volatilité élevée et une faible visibilité.
- **Prochain rendez-vous:** information financière du 4<sup>ème</sup> trimestre, le 5 février 2015 (après bourse).

Source : Médiamétrie, 126 000 Radio, saison Sept 2013-Juin 2014, 5h-24h, 13+, LâV, AC :

<sup>2</sup> NRJ Global, 12.449.000 auditeurs quotidiens en saison Sept 2013-Juin 2014 vs 12.256.000 auditeurs quotidiens en saison Sept 2012-Juin 2013.

<sup>3</sup> NRJ, Sept-Oct 2013, Nov-Déc 2013, Janv-Mars 2014, Avril-Juin 2014.

<sup>4</sup> NRJ, Record sur une période Sept 2013-Juin 2014, AC en milliers.

<sup>5</sup> Médiamétrie Global Radio 2013 Volet 2, supports multimédia : smartphones, tablettes, ordinateurs, téléviseurs et baladeurs multimédias, AC, LâV, 5h-24h, 13+.

<sup>6</sup> Classement OJD des applications mobiles, Sept 2014, rangs calculés sur la base des marques radios mesurées.

<sup>7</sup> OJD, diffusion globale des webradios, Sept 2014 - Écoute active : toute session ouverte depuis 30 secondes ou plus.

Source : Médiamétrie, Médiamat :

<sup>8</sup> Juil-Sept 2014, PDA, 25-49 ans & femmes RDA -50 ans, LâD, 3h-27h.

<sup>9</sup> Juil-Sept 2014, TCE, 4+, LâD, 3h-27h.

<sup>10</sup> Sept 2014, Structure du TME, base individus 15 ans et plus, femmes, toutes chaînes gratuites confondues, 3h-27h, L-D.

<sup>11</sup> Résultat Opérationnel Courant hors opérations d'échanges dissimilaires.

#### **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, 2ème 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  
Célia d'Everlange / Tel : + 33 1 40 71 78 05 / e-mail : [cdeverlange@nrj.fr](mailto:cdeverlange@nrj.fr)  
[www.nrjgroup.fr](http://www.nrjgroup.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