



Information financière du 1^{er} trimestre 2015

Communiqué – Paris, le 6 mai 2015

Croissance des recettes publicitaires en radio (+2,6%) et en télévision (+8,8%)

Croissance du chiffre d'affaires du Groupe¹ : +2,5%
 (+5,0% hors Finlande² et « 1789 les Amants de la Bastille »)

- **Média Musicaux et Événementiel** : croissance de +2,7% dans un marché publicitaire difficile en radio
- **Télévision** : inflexion positive (+8,8%) dans un marché publicitaire qui montre des signes d'amélioration
- **Activités Internationales** : croissance de +2,5% hors Finlande
- **Spectacles et Autres productions** : stabilité du chiffre d'affaires hors « 1789 Les Amants de la Bastille » (fin des représentations le 5 janvier 2014)
- **Diffusion** : croissance de l'activité (+8,9%) liée à la contribution des nouveaux contrats de diffusion signés en 2014, lesquels intègrent notamment les activités de diffusion du Groupe Lagardère acquises en juin 2014

CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ECHANGES DISSIMILAIRES) PAR ACTIVITE

Cumul au 31 mars 2015 (en millions d'euros)	T1 2015	T1 2014	Variation
Média Musicaux et Événementiel	42,4	41,3	+2,7%
Télévision	18,5	17,0	+8,8%
Activités Internationales	8,3	9,2	-9,8%
Spectacles et Autres Productions	0,5	1,4	-64,3%
Diffusion	15,9	14,6	+8,9%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	85,6	83,5	+2,5%
Echanges dissimilaires	0,7	0,9	-22,2%
Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires	86,3	84,4	+2,3%

¹ Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires

² Chiffre d'affaires désormais enregistré en « Autres produits » - Cf. paragraphe Activités Internationales

Média Musicaux et Événementiel – CA T1 2015 : 42,4 M€ (+2,7%)

Au cours du 1^{er} trimestre 2015, l'activité radio a enregistré une croissance de 2,6% dans un marché publicitaire difficile en radio nationale. Le Groupe a bénéficié d'un mois de mars solide et de la croissance forte du chiffre d'affaires de CHÉRIE FM qui profite du redressement progressif de ses audiences. Dans un marché baissier où la pression concurrentielle s'est accrue, l'effet prix a été compensé par un effet volume positif.

Au cours de la dernière vague (janvier-mars 2015), dans un contexte dominé par une actualité exceptionnellement dense qui a naturellement profité aux radios généralistes, **NRJ GROUP** a réuni chaque jour 12,1 millions d'auditeurs³ et demeure la 1^{ère} offre radio de France sur les 25-49 ans⁴. **NRJ** a affiché de très belles performances sur ses 3 émissions de Divertissement et maintient son objectif de 14% d'Audience Cumulée à moyen terme (contre 11,8% actuellement). **CHÉRIE FM** qui a recruté 136 000 nouveaux auditeurs quotidiens en une vague⁵ enregistre des résultats encourageants. Le Morning de Vincent Cerutti (6h-9h) a notamment généré la plus forte progression des matinales toutes stations confondues avec 106 000 auditeurs quotidiens gagnés en une vague⁵. **NOSTALGIE** demeure la 3^{ème} radio musicale de France⁶ et **RIRE & CHANSONS** se positionne toujours comme la radio musicale commerciale la plus masculine⁷.

Sur le Digital, le Groupe a enregistré une croissance de 12,5% du chiffre d'affaires. NRJ Group demeure le 1^{er} groupe de Webradios en France et enregistre un nouveau record historique avec plus de 49 millions de sessions d'écoutes actives⁸. NRJ est la 1^{ère} marque radio sur Mobile avec près de 916 700 visiteurs uniques⁹. A ce jour, les applications de NRJ Group ont été téléchargées 15,6 millions de fois¹⁰.

Télévision – CA T1 2015 : 18,5 M€ (+8,8%)

Dans un marché publicitaire qui montre des signes d'amélioration, le pôle Télévision a généré une croissance significative de son chiffre d'affaires. Cette performance a été observée sur l'ensemble du trimestre et s'appuie sur la progression des recettes publicitaires de chacune des trois chaînes (NRJ 12, CHÉRIE 25 et NRJ HITS).

Au 1^{er} trimestre 2015, **NRJ 12** et **CHÉRIE 25** ont enregistré une progression de leurs audiences¹¹. La PDA de NRJ 12 est passée de 1,6% en décembre 2014 à 1,8% en mars 2015, sur la cible 4 ans et plus. Au mois d'avril, **NRJ 12** a atteint le seuil des 2,0%¹². Pour sa part, **CHÉRIE 25** a enregistré une PDA de 0,5% en mars 2015 (contre 0,3% en décembre 2014) sur la cible 4 ans et plus et a atteint un nouveau record historique en avril 2015 avec 0,7% de PDA, **soit +75% de progression sur un an**¹².

Cette évolution encourageante valide la pertinence des choix stratégiques du pôle Télévision depuis le début de l'année. Le Groupe précise toutefois que la grille de programmes de NRJ 12 ne reflète pas encore l'intégralité du nouveau projet éditorial présenté en janvier dernier, dont la mise en place est prévue pour le second semestre 2015.

Activités Internationales – CA T1 2015 : 8,3 M€ (-9,8%)

Au 1^{er} trimestre 2015, le pôle Activités Internationales a généré un chiffre d'affaires de 8,3 millions d'euros, en recul de 9,8%. Cette évolution négative s'explique uniquement par la comptabilisation depuis le 1^{er} novembre 2014 du chiffre d'affaires de la Finlande en « Autres produits », en raison de la mise en place à cette date d'un accord de coopération commerciale avec le groupe MTV MEDIA. En effet, hors Finlande, le chiffre d'affaires du pôle est en progression de 2,5%, porté par la croissance significative de la zone francophone.

Spectacles et Autres productions – CA T1 2015 : 0,5 M€ (-64,3%)

Au 1^{er} trimestre 2015, le pôle Spectacles et Autres productions a généré un chiffre d'affaires de 0,5 million d'euros, contre 1,4 million d'euros au 1^{er} trimestre 2014. Hors « 1789 Les Amants de la Bastille », dont les représentations se sont terminées le 5 janvier 2014, le chiffre d'affaires est stable à 0,4 million d'euros.

Diffusion – CA T1 2015 : 15,9 M€ (+8,9%)

La progression du chiffre d'affaires reflète l'impact positif des nouveaux contrats de diffusion signés en 2014 qui intègrent notamment les activités de diffusion du Groupe Lagardère, acquises en juin dernier. Le Groupe précise que la phase de renouvellement qui portera sur 10% du nombre de contrats de diffusion en TNT débutera au T2 2015 et s'échelonnera sur les 9 prochains mois.

Médiamétrie 126 000 Radio, janv-mars 2015, L-V, 13 ans et plus ou cibles citées, 5h-24h ou tranches citées. Évolution sur une vague : janv-mars 2015 vs nov-déc 2014

³ AC NRJ GROUP (NRJ GLOBAL) : 12 133 000 auditeurs

⁴ AC (NRJ GLOBAL) 25-49 ans

⁵ AC

⁶ QHM

⁷ QHM en structure

⁸ OJD, diffusion globale des webradios, mars 2015, classement des radios numériques, NRJ Group (49 207 054 écoutes actives dont 79% de diffusion en France soit 38 873 572), NRJ (33 424 827 écoutes actives + 30s dont 82% en France, soit 27 408 358 écoutes actives en France).

⁹ OJD, classement des applications mobiles, base marques radios mesurées, leadership en nombre de visiteurs uniques, mars 2015.

¹⁰ Données constructeurs issues des stores, applications NRJ Group, cumul de 2008 à mars 2015.

¹¹ Médiamétrie, Médiamat, Audience Consolidée, PDA, 4+.

¹² Médiamétrie, Médiamat, PDA, 4+, Audience à date : audience consolidée du 30/03 au 27/04 et audience veille du 28/04 au 03/05 - évolution annuelle mars 2015 vs. mars 2014.

PERSPECTIVES 2015 ET TENDANCES RECENTES

- **Média Musicaux et Événementiel** : afin de privilégier la croissance future, dans un marché publicitaire soumis à des pressions concurrentielles, le Groupe entend renforcer les moyens mis à la disposition de ses équipes commerciales et éditoriales tout en poursuivant le développement du Digital (augmentation prévue de plus de 4% de la structure de coûts du pôle MME).
- **Télévision** : à l'instar du pôle MME et afin de privilégier le développement, dans un marché publicitaire dont la visibilité est incertaine, le Groupe entend renforcer sa ligne éditoriale au second semestre 2015 (+30/40% sur le coût de grille en 2015).
- **Activités Internationales** : poursuite de la croissance du chiffre d'affaires à un rythme modéré (hors Finlande).
- **Diffusion** : compte tenu de la suspension de la dernière phase de déploiement de la TNT HD en France et des fortes pressions concurrentielles qui sont susceptibles d'impacter les contrats de diffusion qui seront renouvelés cette année (à partir du T2 2015), le Groupe anticipe une stabilité de son chiffre d'affaires et une baisse de sa marge opérationnelle en 2015.

Tendances récentes : au mois d'avril, le Groupe a enregistré une progression de ses recettes publicitaires en radio en France, une tendance en ligne avec celle du 1^{er} trimestre 2015. Toutefois, la volatilité et le manque de visibilité persistant ne permettent pas d'extrapoler cette tendance à l'ensemble du 2^{ème} trimestre, et notamment au mois de juin, dont la contribution au chiffre d'affaires trimestriel est importante.

En Télévision, la tendance est restée favorable en avril et en ligne avec celle du 1^{er} trimestre 2015.

Prochain rendez-vous: le Groupe tiendra son Assemblée Générale le 20 mai 2015 à son siège social.

A propos de NRJ GROUP

NRJ GROUP est l'un des principaux groupes de média privés français et un acteur international implanté dans 15 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 : FR000121691; 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

www.nrjgroup.fr