



Paris, le 4 février 2016
 Information financière du 4^{ème} trimestre 2015

Bonne croissance de l'activité TV en 2015

Chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ du 4^{ème} trimestre 2015 : 105,0 M€

Chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ de l'année 2015 : 377,7 M€

en millions d'euros	4 ^{ème} trimestre			Cumul 12 mois		
	2015	2014	Variation	2015	2014	Variation
Média Musicaux et Événementiel	56,1	57,6	-2,6%	193,3	193,7	-0,2%
Télévision	22,1	19,8	11,6%	83,0	74,8	11,0%
Activités Internationales	9,5	9,8	-3,1%	34,2	38,7	-11,6%
Spectacles et Autres Productions	1,4	1,7	-17,6%	3,9	4,2	-7,1%
Diffusion	15,9	16,0	-0,6%	63,3	60,9	3,9%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	105,0	104,9	0,1%	377,7	372,3	1,5%
Echanges dissimilaires	2,0	2,1	-4,8%	4,4	4,6	-4,3%
Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires	107,0	107,0	0,0%	382,1	376,9	1,4%

MEDIA MUSICAUX ET EVENEMENTIEL : STABILITE SUR L'ANNEE

Sur l'ensemble de l'exercice, l'activité radio affiche une stabilité dans un contexte de marché volatil. Sur les bases de la dernière vague d'audience Médiamétrie (novembre - décembre 2015), 12,3 millions d'auditeurs⁽²⁾ écoutent chaque jour une radio du Groupe, qui reste la première offre radio commerciale de France sur les 25-49 ans⁽³⁾.

Avec plus de 220 webradios, le Groupe se positionne au premier rang dans l'univers des webradios en France (39,0 millions d'écoutes actives France⁽⁴⁾ et 49,4 millions d'écoutes actives Monde⁽⁴⁾). Chaque jour, c'est un auditeur sur cinq qui écoute NRJ sur un support multimédia⁽⁵⁾. Le Groupe a ainsi enregistré une croissance de 11,7% sur l'ensemble de l'année dans les activités digitales.

Comme annoncé lors de la publication des résultats semestriels, le Groupe a renforcé les moyens mis à la disposition des équipes commerciales / éditoriales et du développement numérique avec une augmentation d'environ 4% de la structure de coûts du pôle.

TELEVISION : CROISSANCE DE L'ACTIVITE / REVISION DES OBJECTIFS

Chiffre d'affaires : bonne progression sur l'année

En 2015, **NRJ 12** enregistre une part d'audience annuelle de 1,8%⁽⁶⁾ sur l'ensemble du public. Chaque jour, plus de 7,2 millions de téléspectateurs⁽⁷⁾ regardent en moyenne NRJ 12. Dans un contexte de recomposition du paysage TV, NRJ 12 parvient à maintenir ses positions (-0,1 point de PDA sur un an⁽⁶⁾).

La mise en place du nouveau projet éditorial, avec une majorité de nouveaux programmes lancés en septembre dernier n'a pas atteint les objectifs escomptés initialement.

En conséquence, du fait de déprogrammations, le coût de grille du pôle TV enregistrera une charge supplémentaire de l'ordre de 3 millions d'euros.

CHERIE 25 enregistre sur l'ensemble de l'année 2015 la plus forte hausse d'audience toutes chaînes confondues sur l'ensemble du public. Son positionnement clair sur le cinéma et la fiction chaque soir permet à **CHERIE 25** d'afficher en moyenne annuelle une hausse de +133% sur l'ensemble du public et d'atteindre en 2015 0,7%⁽⁶⁾ de PDA (+0,4 point de PDA sur un an). Chaque jour, la chaîne rassemble ainsi plus de 3,1 millions de téléspectateurs⁽⁸⁾.

L'audience consolidée des deux chaînes **NRJ 12** et **CHERIE 25** est en hausse de 0,4 point au T4 2015 à 2,4%⁽⁹⁾ (vs 2,0 % au T4 2014) et de 0,3 point sur l'ensemble de l'année 2015 pour s'établir à 2,5 %⁽¹⁰⁾.

En 2015, **NRJ HITS** s'affiche toujours comme la chaîne musicale leader de l'univers câble, satellite et ADSL sur l'ensemble des cibles commerciales avec près de 5,2 millions de téléspectateurs chaque mois⁽¹¹⁾.

Pour l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires du pôle TV ressort en progression de 11% à 83 M€.

Perspectives

Le Groupe indique que compte tenu des audiences enregistrées par NRJ 12, en particulier en Access Prime Time depuis le 4^{ème} trimestre 2015, l'équilibre opérationnel du pôle TV ne sera pas atteint en 2017.

Toutefois, le Groupe confirme sa dynamique d'innovation à travers le lancement de nouveaux programmes et poursuit une politique d'investissement soutenue. Il reste confiant dans sa capacité à équilibrer l'activité TV après une phase de renforcement progressif des audiences.

ACTIVITES INTERNATIONALES EN RETRAIT ET ACTIVITE DIFFUSION EN LEGERE HAUSSE

Le chiffre d'affaires des activités internationales à 34,2 M€ pour l'année pleine est en repli (hors Finlande⁽¹²⁾, la baisse est de -1,2%), notamment en raison du recul de la zone germanique (baisse de 4,1% du CA) mais sans impact négatif sur le résultat opérationnel courant. La zone francophone reste dynamique avec une progression annuelle de 7,1%.

Le chiffre d'affaires de l'activité diffusion a progressé de 3,9% à 63,3 M€. La décision prise par le Gouvernement de transférer certaines fréquences de la bande 700 aux opérateurs télécoms est sans incidence sur les résultats de l'exercice 2015.

Prochain rendez-vous : Publication des résultats annuels 2015, le 16 mars 2016 (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 & Actionnaires ».

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires hors opérations d'échanges dissimilaires.

⁽²⁾ Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2015, L-V, 5h-24h, 13 ans et+. Audience Cumulée NRJ GROUP (NRJ GLOBAL) : 12 255 000 auditeurs.

⁽³⁾ Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2015, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, Audience Cumulée.

⁽⁴⁾ ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2015, NRJ Group (Monde : 49 408 124 sessions actives + 30 secondes ; France : 38 987 211 sessions actives +30 secondes).

⁽⁵⁾ Médiamétrie Global Radio, Septembre-Octobre 2015, L-V, 5h-24h, 13 ans et +, Contribution en pourcentage, NRJ, Total supports multimédias.

⁽⁶⁾ Médiamétrie Médiamat, Audience consolidée PDA, 4+ - Evolution de la PDA 2015 vs. 2014 en point 03h-27h.

⁽⁷⁾ Médiamétrie Médiamat Éditeurs Année Médiamat 2015, LàD, 3h-27h. TCE cible 4+ : 7 213 000 téléspectateurs.

⁽⁸⁾ Médiamétrie Médiamat Éditeurs Année Médiamat 2015, LàD, 3h-27h. TCE cible 4+ : 3 142 000 téléspectateurs.

⁽⁹⁾ Médiamétrie Médiamat, part d'audience cumulée NRJ 12 + Chérie 25, cible 4+, PDA & Evolution de la PDA T4 2015 vs. T4 2014 en point, 03h-27h, LàD.

⁽¹⁰⁾ Médiamétrie Médiamat, part d'audience cumulée NRJ 12 + Chérie 25, cible 4+ - Evolution de la PDA 2015 vs. 2014, 03h-27h, LàD.

⁽¹¹⁾ Médiamétrie, Médiamat Thematik, Audience Consolidée, vague 29 complète (janvier-juin 2015), LàD, 3h-27h, TME-TCE-PDA - couverture 4 semaines seuil de vision 10 secondes consécutives : 5 185 000 téléspectateurs. 25 cibles standards.

⁽¹²⁾ Performance calculée sur une base comparable (i.e. en retraitant l'année 2014 du CA de la Finlande qui est comptabilisé en « autres produits » depuis le 01/11/2014).

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 est leader sur le marché privé de la radio grâce à ses 4 marques (NRJ, CHERIE FM, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS), 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 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 s'est également développé, au cours de ces dernières années, dans l'univers du numérique (8 sites internet, plus de 220 webradios et 7 applications mobiles) afin de proposer une offre publicitaire élargie à ses clients, de suivre et d'anticiper l'évolution de la consommation des médias. NRJ Group est aujourd'hui le 1^{er} groupe de webradios en France.

A l'international, le Groupe est implanté dans 14 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.

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 - www.nrjgroup.fr
Ghislaine Gasparetto - Actifin / Tel : + 33 1 56 88 11 22/ e-mail : ggasparetto@actifin.fr

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