



Paris, le 16 mars 2016
Résultats annuels 2015 du Groupe NRJ Group

Résultat opérationnel courant⁽¹⁾ à 28,9 M€ tenant compte des investissements en TV
Progression du résultat net part du groupe à 22,6 M€ (+143%)
Forte progression de l'excédent net de trésorerie* à 168,5 M€ (+41,6%)

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni le 16 mars 2016 sous la présidence de Jean-Paul Baudecroux, a arrêté les comptes de l'année 2015.

En millions d'euros	2015	2014 ^(R)	Variation
Médias Musicaux et Événementiel	193,3	193,7	-0,2%
Télévision	83,0	74,8	+11,0%
Activités Internationales	34,2	38,7	-11,6%
Spectacles et Autres Productions	3,9	4,2	-7,1%
Diffusion	63,3	60,9	+3,9%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	377,7	372,3	+1,5%
Chiffre d'affaires y compris échanges dissimilaires	382,1	376,9	+1,4%
Médias Musicaux et Événementiel	36,7	42,6	-13,8%
Télévision	(37,1)	(24,6)	-50,8%
Activités Internationales	10,6	9,4	+12,8%
Spectacles et Autres Productions	1,3	2,1	-38,1%
Diffusion	17,1	20,4	-16,2%
Autres activités	0,3	0,4	-25,0%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges dissimilaires	28,9	50,3	-42,5%
Résultat opérationnel courant	28,6	49,9	-42,7%
Charges et produits opérationnels non courants	(0,2)	(36,8)	+99,5%
Résultat opérationnel	28,4	13,1	+116,8%
Résultat net part du Groupe	22,6	9,3	+143,0%

En millions d'euros	Au 31 déc 2015	Au 31 déc 2014 ^(R)	Variation
Excédent net de trésorerie*	168,5	119,0	+41,6%
Capitaux propres part du Groupe	536,0	510,8	+4,9%

^(R) Données retraitées après application rétroactive au 1^{er} janvier 2014 de l'interprétation IFRIC 21 sur la comptabilisation des taxes
 * Net des passifs financiers liés au financement du groupe pour 17,7 M€

Pour l'exercice 2015, NRJ Group a réalisé un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 377,7 M€, en légère croissance par rapport à l'exercice 2014.

Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ s'élève à 28,9 M€ et intègre, comme anticipé, un renforcement des coûts sur le plan éditorial et commercial.

Le résultat net consolidé part du Groupe ressort à 22,6 M€ en croissance de +143,0%, et l'excédent net de trésorerie s'élève à 168,5 M€ en progression de +41,6% par rapport au 31 décembre 2014.

⁽¹⁾ Hors échanges dissimilaires

MEDIA MUSICAUX ET EVENEMENTIEL (MME) : ROC ⁽¹⁾ de 36,7 M€

Sur l'ensemble de l'exercice, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 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⁾.

Comme annoncé, le Groupe a privilégié la croissance future en renforçant 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.

Avec une croissance de 11,7% sur l'année, les activités digitales contribuent encore marginalement au résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle MME (environ 3%). Le Groupe se positionne au premier rang des webradios en France (39,0 millions d'écoutes actives France ⁽⁴⁾ et 49,4 millions d'écoutes actives Monde⁽⁴⁾).

Dans un contexte de marché fortement concurrentiel, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle ressort à 36,7 M€, soit une marge opérationnelle de 19,0%.

En 2016, le Groupe ambitionne de gagner de nouvelles parts d'audience en radio, grâce notamment au travail réalisé sur les programmes et à la reconduction des animateurs phares sur les différentes stations du groupe NRJ.

Avec le renforcement de la qualification et la monétisation des datas, le déploiement des 220 webradios sur les 4 marques du Groupe profitera à la croissance des activités numériques du Groupe.

TELEVISION : ROC ⁽¹⁾ de -37,1 M€

Avec une audience cumulée des deux chaînes NRJ 12 et CHERIE 25 en hausse de 0,3 point⁽⁵⁾ sur l'ensemble de l'année 2015 (2,5% vs. 2,2%), le chiffre d'affaires du pôle TV ressort en progression de 11% à 83 M€. A noter que CHERIE 25 réalise en 2015 la plus forte progression annuelle toutes chaînes confondues⁽⁶⁾, soit +133% de PDA en un an (0,7% vs 0,3%).

Le Groupe avait annoncé le renforcement de sa politique d'investissement sur de nouveaux programmes de divertissement générant une augmentation du coût de grille, notamment sur la seconde partie de l'année avec le lancement de nouveaux programmes en septembre dernier. Ceux-ci n'ont toutefois pas atteint les objectifs d'audience escomptés initialement sur NRJ12. Ainsi, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle est une perte de 37,1 M€ pour l'ensemble de l'année.

Le Groupe a indiqué dans le communiqué de presse du 4 février 2016 sur le chiffre d'affaires 2015, 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.

En 2016, le Groupe compte maintenir sa politique d'investissement pour accroître les audiences de ses deux chaînes gratuites au travers d'une dynamique d'innovation avec le lancement de nouveaux programmes.

INTERNATIONAL : ROC ⁽¹⁾ de 10,6 M€

Malgré un chiffre d'affaires des activités internationales en repli à 34,2 M€ pour l'année 2015 (hors Finlande⁽⁷⁾, la baisse est de -1,2%), le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ est en hausse de 12,8% à 10,6 M€. Les activités internationales ont fortement contribué aux résultats du Groupe. Cette bonne progression reflète notamment la réduction significative des pertes opérationnelles enregistrées sur l'Autriche et la Finlande. Désormais, tous les pays contribuent positivement au résultat opérationnel du pôle.

Le Groupe entend poursuivre la dynamique de développement à l'international en 2016 au travers de nouvelles licences de marque.

DIFFUSION : ROC ⁽¹⁾ de 17,1 M€

Avec un chiffre d'affaires en hausse de 3,9% (dont +2,0% en organique) à 63,3 M€, les activités diffusion du Groupe ont bénéficié de l'effet positif des nouveaux contrats de diffusion TNT et Radio signés en 2015, de l'effet année pleine de la contribution des activités de diffusion Radio du Groupe Lagardère (acquises en juin 2014) et de l'impact positif des nouveaux contrats de diffusion TNT et Radio signés au cours de l'année 2014 (effet année pleine).

⁽¹⁾ Hors échanges dissimilaires

Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ s'est élevé à 17,1 millions d'euros en 2015 à comparer à 20,4 millions d'euros en 2014, en baisse de 16,2%. La baisse constatée de la marge est liée à la baisse des prix en TNT, à la hausse des charges de 5,7 millions d'euros du fait de la poursuite du développement de l'activité, et à l'impact négatif de près de 3 millions d'euros de variation d'éléments non récurrents entre 2015 et 2014 (dont 2 millions d'euros en 2014).

L'EBITDA a, quant à lui, progressé de 31,1 M€ à 32,0 M€. Les dotations aux amortissements et provisions progressent de 4,2 millions d'euros en 2015 par rapport à 2014.

En 2016, l'objectif du Groupe sur le pôle diffusion est de reconquérir des parts de marché malgré le transfert de certaines fréquences de la bande 700 Mhz. Pour rappel, l'abrogation de ces autorisations cause à towerCast un préjudice économique correspondant à une perte de chiffre d'affaires évaluée à 11 millions d'euros par année pleine pour les exercices 2016 et 2017, en raison notamment de la résiliation anticipée des contrats de diffusion qu'elle avait conclus. En vertu d'un accord conclu le 22 février 2016, l'Agence Nationale des Fréquences a versé à towerCast, pour le compte de l'Etat, une indemnisation de préjudice subi, d'un montant de 18,2 millions d'euros qui sera appréhendée dans les comptes de l'exercice 2016.

Prochain rendez-vous : Publication de l'information financière du 1^{er} trimestre 2016, le 10 mai 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⁾ Hors 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 Médiamat, part d'audience cumulée NRJ 12 + Chérie 25, cible 4+ - Evolution de la PDA 2015 vs. 2014, 03h-27h, LàD.

⁽⁶⁾ Médiamétrie Médiamat, Audience consolidée, TME et PDA, 4+ et cibles citées - Evolution de la PDA 2015 vs. 2014 en %, 03h-27h, LàD.

⁽⁷⁾ 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 PARI