



Paris, le 9 mai 2017 - 17h45
Information financière du 1^{er} trimestre 2017

**Bon trimestre pour les activités Médias⁽¹⁾ en France et à l'international : + 2,6%
Audience du Pôle TV en hausse de 12%⁽²⁾**

En millions d'euros	T1 2017	T1 2016	Variation
Médias Musicaux et Evénementiel	43,5	42,1	3,3%
Télévision	19,5	20,1	-3,0%
Activités Internationales	9,3	8,3	12,0%
Diffusion	13,1	15,5	-15,5%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	85,4	86,0	-0,7%
Echanges dissimilaires	0,6	0,8	-25,0%
Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires	86,0	86,8	-0,9%

Le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2017, un chiffre d'affaires⁽³⁾ consolidé de 85,4 M€ (stable versus 2016, malgré l'effet « année pleine » de l'arrêt de la diffusion des multiplexes R5 et R8), dont 72,3 M€ réalisés avec les activités Médias⁽¹⁾ qui affichent une croissance de 2,6%.

MEDIAS MUSICAUX ET EVENEMENTIEL (MME)

Malgré les conséquences de l'affaire Fun Radio, et la rémanence qui subsiste à un niveau élevé au point de contraindre Médiamétrie à retraiter chaque vague de l'étude 126 000 Radio depuis novembre 2015, sur les 3 premiers mois de l'exercice 2017, le chiffre d'affaires⁽³⁾ du pôle Médias Musicaux et Evènementiel progresse de 3,3% à 43,5 M€.

Au premier trimestre 2017, les activités radios du groupe NRJ affichent une croissance de 1,3%. Fort de son positionnement unique national/local et de sa puissance sur les Millennials, le Groupe enregistre ainsi sur son activité principale une croissance significative sur le plan local et une surperformance par rapport au marché sur le plan national.

Les activités digitales poursuivent leur croissance sur le 1^{er} trimestre 2017 en enregistrant un chiffre d'affaires⁽³⁾ en progression de 20%. Cette croissance est portée, avec la commercialisation des webradios, par l'ensemble de l'écosystème digital du Groupe et notamment par le succès des offres commerciales de la régie locale.

Sur ce début d'année, la marque **NRJ** confirme son attractivité avec une place dans le Top 5 des sites et applications mobiles de musique les plus consultés⁽⁴⁾ et une première place confirmée comme marque de radio digitale⁽⁵⁾. Le Groupe enregistre également un record historique sur ses radios digitales premiums (reprises du signal FM) avec plus de 22 millions de sessions d'écoutes actives⁽⁶⁾. Au global, avec plus de 220 radios digitales, les 4 marques radios du groupe NRJ ont enregistré plus de 45,6 millions de sessions d'écoutes actives en mars 2017⁽⁷⁾.

TELEVISION

Les chaînes gratuites du pôle TV (**NRJ 12 + Chérie 25**) enregistrent sur le 1^{er} trimestre de l'exercice 2017 de nouveaux gains d'audience sur l'ensemble du public et sur les cibles commerciales privilégiées. Ainsi, la PDA 4 ans et + atteint 2,8%⁽⁸⁾ soit + 0,3 point⁽⁹⁾ par rapport au premier trimestre 2016 et la PDA 15-24 ans (Millennials) s'élève à 6,4%⁽¹⁰⁾ soit +1 point en un an⁽¹¹⁾.

NRJ 12 enregistre sur le 1^{er} trimestre 2017 une PDA de 1,6%⁽¹²⁾ sur l'ensemble du public contre 1,7%⁽¹³⁾ sur la même période de 2016. Cependant, elle se positionne en mars comme **première chaîne de France en after school⁽¹⁴⁾ sur les 15-24 ans avec 19% de PDA.**

Chérie 25 enregistre sur la période une nouvelle croissance de sa PDA à 1,2%⁽¹⁵⁾ sur l'ensemble du public contre 0,8%⁽¹⁶⁾ un an auparavant grâce, notamment, à sa promesse claire « tous les soirs un film », à une symbiose avec sa cible des femmes responsables des achats et à une quotidienne emblématique *C'est mon Choix*.

Le chiffre d'affaires⁽³⁾ du pôle TV enregistre une baisse de 3,0% au cours de ce 1^{er} trimestre 2017, à 19,5 M€, en raison d'un effet de base défavorable (pour rappel, le chiffre d'affaires⁽³⁾ du pôle TV avait affiché au 1^{er} trimestre 2016 une forte croissance de +8,6%).

ACTIVITES INTERNATIONALES

Au 1^{er} trimestre 2017, les activités internationales affichent une belle dynamique avec d'une part, un chiffre d'affaires⁽³⁾ de 9,3 M€ en croissance de 12,0% versus 2016, grâce aux bonnes performances de l'Allemagne et de la Belgique et, d'autre part, la signature de 3 nouveaux contrats de licence en Géorgie, au Maroc et en Egypte.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2017, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽³⁾ de 13,1 M€, en retrait, comme prévu, de 2,4 M€ par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2016, du fait de l'arrêt de la diffusion des multiplex R5 et R8 (effectif depuis le 5 avril 2016). Corrigé de cet effet, le chiffre d'affaire affiche une croissance de 2,3% portée par l'activité de diffusion FM.

Prochain rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 18 mai 2017, au siège social du Groupe et publication du chiffre d'affaires et des résultats semestriels 2017, le 26 juillet 2017 (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/ Publications financières/ Rapports financiers".

Sources :

- (1) Les activités Médias regroupent les pôles MME, Télévision et Activités internationales.
- (2) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, (NRJ 12 + Chérie 25), PDA en jour de vision, T1 2017 vs T1 2016 en %.
- (3) Hors échanges dissimilaires.
- (4) Médiamétrie et Médiamétrie // NetRatings - Audience internet Mobile - France - Février 2017 - base 11 ans et plus - Brand NRJ.
- (5) ACPM - OJD, diffusion globale des radios diffusées sur internet - mars 2017, sessions d'écoutes actives de +30 secondes. Données Monde. NRJ : 27 774 643 sessions d'écoutes +30 sec.
- (6) ACPM - OJD, diffusion globale des radios diffusées sur internet - mars 2017, sessions d'écoutes actives de +30 secondes. Données Monde. Sessions d'écoutes des radios premiums : NRJ : 10 635 309 - Chérie FM : 4 779 570 - Nostalgie : 4 241 624 - Rire & Chansons : 2 366 271 - soit 4 premiums NRJ Group : 22 022 774 sessions.
- (7) ACPM - OJD, diffusion globale des radios diffusées sur internet - mars 2017, sessions d'écoutes actives de +30 secondes. Données Monde. Groupe NRJ : 45 636 460 sessions d'écoutes +30 sec.
- (8) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, (NRJ 12 + Chérie 25), PDA en jour de vision, T1 2017.
- (9) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, (NRJ 12 + Chérie 25), PDA en jour de vision, T1 2017 vs T1 2016.
- (10) Médiamétrie, Médiamat, cible 15-24 ans, 03h-27h, L&D, (NRJ 12 + Chérie 25), PDA en jour de vision, T1 2017.
- (11) Médiamétrie, Médiamat, cible 15-24 ans, 03h-27h, L&D, (NRJ 12 + Chérie 25), PDA en jour de vision, T1 2017 vs T1 2016.
- (12) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, NRJ 12, PDA en jour de vision, T1 2017.
- (13) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, NRJ 12, PDA en jour de vision, T1 2016.
- (14) Médiamétrie, Médiamat, cible 15-24 ans, 16h30-19h15, L&V, NRJ 12, PDA en jour de vision, mars 2017.
- (15) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, Chérie 25, PDA en jour de vision, T1 2017.
- (16) Médiamétrie, Médiamat, cible 4+, 03h-27h, L&D, Chérie 25, PDA en jour de vision, T1 2016.

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 occupe une place de leader sur le marché privé de la radio grâce à ses 4 marques (NRJ, CHERIE FM, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS) ; est 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 est 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 a également développé ces dernières années un écosystème digital lui permettant de suivre et d'anticiper l'évolution de la consommation des médias sur les nouveaux supports en prolongement de son territoire de marques initial : sites web, applications mobiles, multi-channel network et plus de 220 radios digitales. NRJ Group est aujourd'hui le 1^{er} groupe privé de radios digitales en France. Cette présence digitale permet aux régies publicitaires du Groupe, avec la data qui est un enjeu stratégique pour le Groupe, de proposer une offre élargie à ses clients avec un ciblage publicitaire affiné.

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