



Paris, le 29 avril 2020 - 17h45  
Information financière du 1<sup>er</sup> trimestre 2020- NRJ Group

- . Activité du trimestre fortement affectée par le début de la crise du Covid-19
- . Grande réactivité du Groupe et forte mobilisation des équipes face à la crise

En millions d'euros	T1 2020	T1 2019	Variation
Radio	45,8	53,0	-13,6%
Télévision	18,3	21,2	-13,7%
Diffusion	15,5	17,5	-11,4%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>79,6</b>	<b>91,7</b>	<b>-13,2%</b>
Chiffre d'affaires sur échanges	3,2	4,4	-27,3%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>82,8</b>	<b>96,1</b>	<b>-13,8%</b>

Fortement affecté en mars par les conséquences de la crise sanitaire du Covid-19 sur ses activités Médias en France et en Europe, le Groupe enregistre au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 un chiffre d'affaires hors échanges de 79,6 M€ en baisse de 13,2 % par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

Dans cette crise sans précédent du Covid-19, la priorité du Groupe a été et demeure la santé de ses collaborateurs tout en continuant à délivrer les prestations attendues par ses auditeurs, téléspectateurs et clients et en renforçant ses actions de solidarité encore plus indispensables durant cette période.

Grâce à l'engagement de l'ensemble des collaborateurs du Groupe et aux plans de continuité des affaires mis en place :

- les radios et chaînes de télévision du Groupe ont rapidement adapté leur offre de programmes et contenus pour accompagner leurs auditeurs et téléspectateurs,
- towerCast a maintenu une continuité de services et permis aux Français de conserver un accès à l'information, la culture et aux divertissements,
- les régies commerciales ont soutenu les annonceurs dans leurs besoins spécifiques durant cette période.

## RADIO

### En France

Jusqu'au 13 mars, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de la radio pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2020 s'annonçait en forte hausse.

Les mesures de confinement ont entraîné une vague soudaine et massive d'annulations de campagnes par les annonceurs dès le 16 mars, la fermeture de nos radios locales et de notre régie publicitaire en région ainsi que l'arrêt des activités événementielles. Ces mesures sans précédent ont brisé la dynamique très positive enregistrée jusqu'alors et provoqué une chute de 38,2 % du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> radio en France au mois de mars.

Avec les nouveaux résultats Médiamétrie de la vague janvier – mars 2020, la régie nationale du Groupe maintient son leadership sur les cibles commerciales prioritaires : les 25-49 ans<sup>(2)</sup> et les Femmes Responsables des Achats de

moins de 50 ans<sup>(2)</sup>. NRJ confirme sa place de 1<sup>ère</sup> Radio de France sur les moins de 65 ans<sup>(3)</sup>, MANU DANS LE 6/9 est la 1<sup>ère</sup> matinale de France sur les moins de 60 ans<sup>(4)</sup>, et C'CAUET se positionne comme le 1<sup>er</sup> Drive Time de France sur les auditeurs de moins de 65 ans<sup>(3)</sup>.

Or, la chute des investissements publicitaires intervient alors que le média radio confirme son attractivité avec une écoute en ligne qui a enregistré une progression de +15% en moyenne sur les deux premières semaines du confinement national, selon des données fournies par l'ACPM<sup>(5)</sup>, quand les plateformes de streaming musical semblaient constater une baisse d'écoute<sup>(6)</sup>.

Durant cette période de crise, les consommateurs attendent des marques une communication différente. NRJ Global, la régie nationale du Groupe, a adapté son organisation pour soutenir les annonceurs et leurs prises de parole radio et audio digital en période de confinement avec, par exemple, la mise en place d'un dispositif spécifique dans un délai maximum de 24 heures, de la création à la diffusion du message. Le média radio démontre ainsi que grâce à sa souplesse, il permet aux annonceurs d'être réactifs.

Fort des 46,1% de français qui écoutent au moins une radio du Groupe, soit 25 millions d'auditeurs<sup>(7)</sup> et fort de la mobilisation de ses antennes dans cette période de crise pour accompagner ses concitoyens, soutenir les soignants et les artistes français, NRJ Group maintient un lien exceptionnel avec ses auditeurs au cœur de la crise.

### **A l'international**

Les radios du Groupe se sont également fortement mobilisées pour accompagner leurs auditeurs et les annonceurs.

En Allemagne, en Autriche et en Belgique, les mesures sanitaires locales diverses se sont traduites par des baisses de chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> respectives de 12 %, 21 % et 27 % sur le mois de mars.

Dans ce contexte exceptionnel, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Radio s'élève à 45,8 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2020, soit une baisse de 13,6% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

## **TÉLÉVISION**

Dans un contexte de crise du Covid-19, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV s'élève à 18,3 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 et affiche un retrait de 2,9 M€ (dont 2,5 M€ sur mars) par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

En mars, l'ajustement des grilles de programmes de NRJ 12 et de Chérie 25 et le besoin fort en information des téléspectateurs (les 4 chaînes d'information ont ainsi vu leur part d'audience tout public progresser de 71% par rapport à mars 2019<sup>(8)</sup>) ont pénalisé les audiences du mois et du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 du Pôle TV du Groupe.

## **DIFFUSION**

Pour rappel, towerCast avait enregistré au 1<sup>er</sup> semestre 2019 des revenus liés à des prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT qui ont pris fin au 30 juin 2019. Compte tenu de cet effet de base défavorable, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> réalisé par le pôle Diffusion au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 s'élève à 15,5 M€ en retrait de 2,0 M€ (-11,4 %) par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Diffusion affiche, sur les 3 premiers mois de l'exercice 2020, une croissance de plus de 6 %.

### **Evolution récente et Perspectives : Covid-19**

#### **Pôle Radio et Pôle TV**

La chute soudaine, massive et sans précédent des investissements publicitaires des annonceurs qui a débuté dès l'annonce des mesures de confinement continue au 2<sup>ème</sup> trimestre 2020 avec la poursuite de celui-ci. Selon les modalités de reprise de l'activité économique à l'issue de la période de confinement, le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe pourrait enregistrer une baisse comprise entre 55 et 70 % sur le cumul des mois d'avril et de mai 2020.

Le Groupe a rapidement pris des mesures visant à réduire l'impact sur son Résultat Opérationnel Courant<sup>(1)</sup> de cette très forte dégradation de son chiffre d'affaires en mettant en place du chômage partiel dès la mi-mars pour

la quasi-totalité de ses équipes en région et à partir du début du mois d'avril pour une partie de ses salariés parisiens et en initiant un plan de réduction de ses charges et de ses investissements. Cependant compte tenu de l'ampleur du recul du chiffre d'affaires publicitaire que le Groupe pourrait enregistrer à fin mai, la rentabilité de ses activités Radio (en France et à l'international) et Télévision sera significativement affectée par cette crise sanitaire et économique sans précédent.

Compte tenu des très grandes incertitudes qui demeurent sur l'évolution de cette crise sanitaire et économique historique, le Groupe ne dispose pas de suffisamment de visibilité pour mesurer l'ampleur de celle-ci sur le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> et le Résultat Opérationnel Courant<sup>(1)</sup> du Groupe pour l'année 2020.

## **Pôle Diffusion**

Opérateur de services essentiels, towerCast et ses collaborateurs sont fortement engagés afin de maintenir une continuité de services et ainsi permettre aux Français d'accéder à l'information, à la culture et aux divertissements. A ce jour, la crise sanitaire du Covid-19 n'impacte pas significativement le chiffre d'affaires et la rentabilité du pôle diffusion même si elle ralentit les travaux des nouveaux sites.

\*\*\*\*\*

**Prochain rendez-vous** : Assemblée Générale des actionnaires, le 26 juin 2020.

Sources :

- <sup>(1)</sup> Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.
- <sup>(2)</sup> Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2020, NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC, QHM et PDA.
- <sup>(3)</sup> Médiamétrie, 126 000 radio, Janv-Mars 2020, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h (NRJ), 16h00-20h00 (C'CAUET), AC.
- <sup>(4)</sup> Médiamétrie, 126 000 radio, janv-Mars 2020, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-9h30 (MANU DANS LE 6/9), AC.
- <sup>(5)</sup> ACPM Spécial confinement « la radio fortement consommée en ligne » du 6 avril 2020, <https://www.acpm.fr/Actualites/Toute-l-actualite/Actualites-generales/ACPM-Special-confinement-La-Radio-fortement-consommee-en-ligne>
- <sup>(6)</sup> <https://lesjours.fr/obsessions/coronavirus-quarantaine/ep26-streaming-confinement>
- <sup>(7)</sup> Médiamétrie, Panel Radio 2019-2020, couverture maximale, période complète 23 jours, 5h-24h, 13 ans et +, couverture maximale 25 117 000 auditeurs soit 46,1%.
- <sup>(8)</sup> Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, (BFM TV+LCI+CNEWS+ France Info), 4+, 03h-27h, LàD, Mars 2020 vs Mars 2019, évolution en %.

**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 d'Enregistrement Universel de la Société, disponible sur son site internet ([www.nrjgroup.fr](http://www.nrjgroup.fr)) à la rubrique "Finances/ Publications financières/ Rapports financiers".

## **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<sup>ère</sup> chaîne musicale du câble-satellite-ADSL) et est le 2<sup>ème</sup> 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 et vocales, multi-channel network et près de 240 radios digitales. NRJ Group est aujourd'hui le 1<sup>er</sup> 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 17 autres pays, soit par le biais d'implantations directes, soit via des partenariats ou 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 : FR0000121691 ; Reuters : NRG-FR ; Bloomberg : NRG:FP.

### **Information analystes et investisseurs**

NRJ GROUP – Communication Financière, 46-50 avenue Théophile Gautier 75016 Paris- [www.nrjgroup.fr](http://www.nrjgroup.fr)  
FTI Consulting – Arnaud de Cheffontaines | Cosme Julien-Madoni | Tel : + 33 1 47 03 68 19  
[nrjgroup@fticonsulting.com](mailto:nrjgroup@fticonsulting.com)

NRJ GROUP - Société Anonyme au capital de 781 076,21 euros  
Siège social : 22, rue Boileau 75016 Paris  
332 036 128 RCS PARIS