



Paris, le 4 novembre 2020 - 17h45
 Information financière du 3^{ème} trimestre 2020 - NRJ Group

- Net rebond de l'activité de NRJ Group au 3^{ème} trimestre 2020
- Visibilité très faible pour la fin de l'année 2020

En millions d'euros	3 ^{ème} trimestre			Cumul 9 mois		
	2020	2019	Variation	2020	2019	Variation
Radio	50,4	55,1	-8,5%	131,1	167,6	-21,8%
Télévision	16,9	16,4	+3,0%	46,8	61,7	-24,1%
Diffusion	15,7	14,9	+5,4%	46,7	49,7	-6,0%
Chiffre d'affaires hors échanges	83,0	86,4	-3,9%	224,6	279,0	-19,5%
Chiffre d'affaires sur échanges	2,9	4,6	-37,0%	7,7	13,9	-44,6%
Chiffre d'affaires	85,9	91,0	-5,6%	232,3	292,9	-20,7%

Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du 3^{ème} trimestre 2020 de NRJ Group reflète une nette amélioration de l'activité par rapport aux deux premiers trimestres de l'exercice, malgré les conséquences de la crise sanitaire de la COVID-19 qui ont continué à peser essentiellement en septembre sur ses activités Radio en France et en Europe. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges du Groupe s'établit ainsi à 83,0 M€ au 3^{ème} trimestre 2020, en baisse de 3,9% par rapport au 3^{ème} trimestre 2019 et en amélioration significative par rapport à la baisse enregistrée au 2^{ème} trimestre (38,6%) et au 1^{er} trimestre (13,2%) 2020. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges du Groupe pour les 9 premiers mois de l'exercice 2020 s'établit à 224,6 M€, en baisse de 19,5% par rapport à la même période de 2019.

RADIO

En France

Après avoir enregistré une dynamique de reprise très positive en juillet et en août, la radio a connu en septembre un ralentissement et certaines annulations de campagnes publicitaires au fil des annonces successives de restrictions sanitaires. De plus, le 3^{ème} trimestre est habituellement une période où les événements tels que la tournée d'été et les animations en point de vente contribuent fortement au chiffre d'affaires⁽¹⁾ de l'activité Radio en France. Ce chiffre d'affaires⁽¹⁾ événements et animations a baissé de près de 72% au 3^{ème} trimestre 2020 dans le contexte sanitaire de la COVID-19 par rapport à la même période de l'année dernière. Ainsi, l'activité de Radio en France enregistre au 3^{ème} trimestre une baisse de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 8,0%, limitée à 2,3% hors événements et animations en points de vente et en amélioration par rapport aux reculs observés au 2^{ème} trimestre (-44,4%) et au 1^{er} trimestre (-15,3%) 2020.

Grâce aux valeurs fondamentales de ses marques qui sont fédératrices et proches des Français, le Groupe dispose de la 1^{ère} offre commerciale radio sur les cibles commerciales prioritaires 25-49 ans⁽²⁾ et Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans⁽²⁾. NRJ est 1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans⁽³⁾, MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les moins de 60 ans⁽⁴⁾ et C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Drive Time de France sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽³⁾. Sur NRJ, la grille de rentrée 2020/2021 est un concentré d'optimisme qui rassemble toutes les générations et les deux programmes phares ont vu leur durée allongée de 30 minutes pour la matinale (6h-10h) et d'1 heure pour le Drive time (15h-20h). Nostalgie, Chérie FM et Rire et Chansons font encore plus la part belle à la bonne musique, la convivialité, la détente et l'humour.

Avec ses programmes déclinés sur tous les supports digitaux, **NRJ Group est le 1^{er} groupe privé sur l'audio : 1^{er} groupe privé de radios digitales⁽⁵⁾, groupe radio leader sur les enceintes connectées⁽⁶⁾ et 1^{er} groupe sur le e-commerce⁽⁷⁾. NRJ rassemble chaque semaine près de 6 millions d'auditeurs qui achètent des produits ou des services en ligne⁽⁷⁾.**

A l'international

Au 3^{ème} trimestre 2020, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ Radio International enregistre une baisse de 10,4%, soit en net rebond par rapport au 2^{ème} trimestre 2020 durant lequel le chiffre d'affaires⁽¹⁾ était en recul de 29,5%.

Dans le contexte exceptionnel lié à la crise sanitaire et économique de la COVID-19, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Radio s'élève à 50,4 M€ au 3^{ème} trimestre, en recul de 8,5% par rapport au 3^{ème} trimestre 2019 et à 131,1 M€ sur les 9 premiers mois de 2020, soit une baisse de 21,8% (-36,5 M€) par rapport aux 9 premiers mois de 2019.

TÉLÉVISION

Le pôle TV du Groupe est en croissance de 3% au 3^{ème} trimestre 2020, porté par un marché publicitaire dynamique durant l'été et des parts d'audience sur cibles en progression (+ 0,1 point sur les 25-49 ans à 3,0%⁽⁸⁾ et + 0,4 point sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans à 3,6%⁽⁸⁾). Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du 3^{ème} trimestre est en amélioration par rapport à la baisse de 51,9% constatée au deuxième trimestre et de 13,7% au 1^{er} trimestre 2020.

Les programmes de la rentrée sont placés sous le signe du divertissement, de la détente et des histoires captivantes et le pôle TV du Groupe enregistre notamment une rentrée historique⁽⁹⁾ sur la cible de la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans avec une part d'audience de 3,7%⁽¹⁰⁾ (+0,9 point en un an⁽¹⁰⁾).

Dans le contexte de crise de la COVID-19, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV s'élève à 46,8 M€ pour les 9 premiers mois de l'exercice, en retrait de 24,1% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

DIFFUSION

Au 3^{ème} trimestre 2020, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 15,7 M€, en hausse de 5,4% par rapport à celui du 3^{ème} trimestre 2019, portée par la croissance de ses activités en FM, DAB+ et TNT.

Pour rappel, towerCast avait enregistré en 2019 des revenus liés à des prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT qui avaient pris fin au 30 juin 2019. Au cours des 9 premiers mois de 2020 et compte tenu de cet effet de base défavorable, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ réalisé par le pôle Diffusion s'élève à 46,7 M€, en retrait de 3,0 M€ (-6,0%) par rapport à la même période de 2019. Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Diffusion affiche une croissance de plus de 5% sur les 9 premiers mois de l'exercice 2020.

Evolution récente et Perspectives : COVID-19

Compte tenu de l'instauration de nouvelles restrictions sanitaires en France et en Europe pour lutter contre la deuxième vague de la pandémie de la COVID-19, la visibilité reste extrêmement faible pour le dernier trimestre de l'exercice 2020 durant lequel l'activité risque d'être plus significativement impactée par les mesures sanitaires que durant le 3^{ème} trimestre.

Prochain rendez-vous : Publication du chiffre d'affaires de l'année 2020, le 4 février 2021 (après bourse).

Sources :

⁽¹⁾ Hors échanges : Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.

⁽²⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Janv-Mars 2020, NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC, QHM et PDA.

⁽³⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Janv-Mars 2020, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h (NRJ), 16h00-20h00 (C'CAUET), AC.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Janv-Mars 2020, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-9h30 (MANU DANS LE 6/9), AC.

⁽⁵⁾ ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Septembre 2020, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 34 014 802 sessions d'écoutes actives.

⁽⁶⁾ Médiamétrie, Baromètre des enceintes connectées intelligentes, Avril-Mai 2019, Internautes 15 ans et + (65,2% des auditeurs radio sur enceintes vocales y écoutent les radios du groupe NRJ Group).

⁽⁷⁾ Kantar Media TGI, Octobre 2020, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services, 15 ans et +.

⁽⁸⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, T3 2020 et T3 2020 vs T3 2019, évolution en points.

⁽⁹⁾ Mois Médiamat de Septembre.

⁽¹⁰⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cible citée, 03h-27h, LàD, Septembre 2020 et Septembre 2020 vs Septembre 2019, évolution en points.

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) 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^{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 et vocales, multi-channel network et près de 240 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 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
FTI Consulting – Arnaud de Cheffontaines | Cosme Julien-Madoni | Tel : + 33 1 47 03 68 19
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