



Paris, le 4 février 2021 - 17h45
Chiffre d'affaires 2020 - NRJ Group

- **Croissance des pôles TV et Diffusion au 4^{ème} trimestre 2020**
- **Chiffre d'affaires du pôle Radio toujours pénalisé par les mesures sanitaires en France et en Europe**

En millions d'euros	4 ^{ème} trimestre			Cumul 12 mois		
	2020	2019	Variation	2020	2019	Variation
Radio	60,4	69,1	-12,6%	191,5	236,7	-19,1%
Télévision	23,9	22,8	+4,8%	70,7	84,5	-16,3%
Diffusion	15,9	15,3	+3,9%	62,6	65,0	-3,7%
Chiffre d'affaires hors échanges	100,2	107,2	-6,5%	324,8	386,2	-15,9%
Chiffre d'affaires sur échanges	3,7	6,5	-43,1%	11,4	20,4	-44,1%
Chiffre d'affaires	103,9	113,7	-8,6%	336,2	406,6	-17,3%

La crise sanitaire de la COVID-19 a continué de peser sur l'activité de NRJ Group au 4^{ème} trimestre 2020. Celui-ci a été marqué par de nouvelles mesures de confinement en France et dans les autres pays européens dans lesquels le Groupe est présent. Malgré ces mesures, les activités TV et Diffusion sont en croissance au 4^{ème} trimestre mais les activités Radio du Groupe ont été pénalisées par les mesures liées au contexte sanitaire. Dans ces conditions, le chiffre d'affaires consolidé hors échanges du Groupe s'établit à 100,2 M€ au 4^{ème} trimestre 2020, en baisse de 6,5% par rapport au 4^{ème} trimestre 2019. Sur les 12 mois de l'exercice 2020, le chiffre d'affaires consolidé hors échanges du Groupe s'élève à 324,8 M€, en diminution de 15,9% par rapport à la même période de 2019.

RADIO

En France

Malgré un impact plus limité que lors du confinement du printemps 2020, les nouvelles mesures de restriction sanitaire mises en place au mois de novembre 2020, ont entraîné une baisse significative du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de l'activité radio pendant cette période. Celle-ci faisait suite à un mois d'octobre où le nombre de campagnes publicitaires s'était réduit en raison de la période de grande incertitude à laquelle devaient faire face les annonceurs. Dans ces conditions, malgré un rebond en décembre, immédiatement après la réouverture des magasins, l'activité de la Radio en France enregistre au 4^{ème} trimestre une baisse de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 13,7%.

Avec les résultats de la vague d'audience Médiamétrie novembre-décembre 2020, le Groupe dispose de la 1^{ère} offre commerciale radio sur la cible 25-49 ans avec 22,4% d'audience cumulée⁽²⁾ et de positions de leader solides. NRJ qui rassemble toutes les générations avec son concentré d'optimisme 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} Show Radio de France sur le drive time sur les auditeurs de moins de 60 ans⁽⁴⁾. Chérie FM, la radio la plus féminine de France⁽⁵⁾, enregistre avec sa matinale LE REVEIL CHERIE, la plus forte progression des radios musicales avec +31%⁽⁶⁾ de part d'audience 13 ans et plus en un an. **Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par près de 9,4 millions de Français⁽⁷⁾.**

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⁽⁸⁾, groupe radio leader sur les enceintes connectées⁽⁹⁾ et 1^{er} groupe sur le e-commerce⁽¹⁰⁾. NRJ rassemble chaque semaine près de 6 millions d'auditeurs qui achètent des produits ou des services en ligne⁽¹⁰⁾. NRJ est également 1^{ère} radio privée de France sur l'écoute des podcasts⁽¹¹⁾.**

A l'international

Au 4^{ème} trimestre 2020, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ Radio International enregistre une baisse de 8,1%, due, comme en France, aux restrictions sanitaires mises en place dans les principaux pays où le Groupe est présent.

Dans ce contexte exceptionnel, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Radio s'élève à 60,4 M€ au 4^{ème} trimestre, en recul de 12,6% par rapport au 4^{ème} trimestre 2019 et à 191,5 M€ sur l'exercice 2020, soit une baisse de 19,1% par rapport à l'exercice 2019.

TÉLÉVISION

L'activité du pôle TV de NRJ Group est en croissance de +4,8% au 4^{ème} trimestre 2020 et poursuit le rebond observé au 3^{ème} trimestre 2020 (+3,0%), portée par le marché publicitaire TV dynamique.

Dans la situation inédite liée à la crise sanitaire, la consommation du média TV enregistre en 2020 un niveau très élevé. Le besoin fort en information des téléspectateurs a nettement profité aux 4 chaînes d'information qui ont vu leur part d'audience tout public progresser de 52%⁽¹²⁾ au 4^{ème} trimestre par rapport à la même période de 2019 et de 38%⁽¹³⁾ en un an (+1,7 point sur l'ensemble du public). Dans ce contexte le pôle TV du Groupe enregistre en 2020 les parts d'audience suivantes : 2,4%⁽¹⁴⁾ sur l'ensemble du public, 2,7%⁽¹⁴⁾ sur les 25-49 ans et 3,2%⁽¹⁴⁾ sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans. Chérie 25 renouvelle son record historique d'audience sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans avec 1,3%⁽¹⁵⁾. **Chaque jour, les chaînes NRJ 12 et CHERIE 25 sont regardées par près de 8,5 millions de spectateurs⁽¹⁶⁾.**

Compte tenu de la crise de la COVID-19, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV s'élève à 70,7 M€ pour les 12 mois de l'exercice, en retrait de 16,3% par rapport à la même période de l'exercice précédent, avec une croissance de +4,1% au 2^{ème} semestre.

DIFFUSION

Au 4^{ème} trimestre 2020, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 15,9 M€, en hausse de +3,9% par rapport à celui du 4^{ème} trimestre 2019, porté 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. En 2020 et compte tenu de cet effet de base défavorable, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ réalisé par le pôle Diffusion s'élève à 62,6 M€, en retrait de 2,4 M€ (-3,7%) par rapport à 2019. Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Diffusion affiche une croissance de près de +5% sur les 12 mois de l'exercice 2020.

Evolution récente et Perspectives : COVID-19

Compte tenu des incertitudes liées à la situation sanitaire en France et en Europe, la visibilité de NRJ Group sur son activité est très faible pour le premier trimestre de l'exercice 2021.

Prochain rendez-vous : publication des résultats annuels 2020, le 17 mars 2021 (après bourse).

Sources :

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, en cours d'audit, établi selon les normes IFRS.

⁽²⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Nov-Déc 2020, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC.

⁽³⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Nov-Déc 2020, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, AC.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Nov-Déc 2020, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.

⁽⁵⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Nov-Déc 2020, CHERIE FM, L-V, 5h-24h, femmes, AC en structure et QHM en structure.

⁽⁶⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, Nov-Déc 2020 vs Nov-Déc 2019, CHERIE FM, L-V, 13 ans et +, PDA, 6h00-9h00.

⁽⁷⁾ Médiamétrie, 126 000 radio, Nov-Déc 2020, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 384 000 auditeurs.

⁽⁸⁾ ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2020, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 33 141 568 sessions d'écoutes actives.

⁽⁹⁾ 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).

⁽¹⁰⁾ Kantar Media TGI, Octobre 2020, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services, 15 ans et +.

⁽¹¹⁾ Médiamétrie, Global Radio, Sept-Oct 2020, Audience Cumulée, 5h-24h, 13 ans et plus, L-V, AC en différé.

⁽¹²⁾ Médiamétrie-Médiamat, Agrégat chaînes Info (global)= BFM TV, CNEWS, LCI, Franceinfo ; PDA en jour de vision, 4+, 03h-27h, LàD, Oct-Déc 2020 vs Oct-Déc 2019, évolution en %.

⁽¹³⁾ Médiamétrie-Médiamat, Agrégat chaînes Info (global)= BFM TV, CNEWS, LCI, Franceinfo: , PDA en jour de vision, 4+, 03h-27h, LàD, 2020 vs 2019, évolution en %, 6,2% en 2020 vs 4,5% en 2019 soit +1,7 point.

⁽¹⁴⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, Année 2020.

⁽¹⁵⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, cible citée, 03h-27h, LàD, Année 2020.

⁽¹⁶⁾ Médiamétrie-Médiamat, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+, 03h-27h, LàD, Année 2020, TCE = 8 478 000 téléspectateurs (seuil de 10 secondes consécutives).

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