



Paris, le 5 mai 2021 - 17h45
Information financière du 1^{er} trimestre 2021 - NRJ Group

Chiffre d'affaires⁽¹⁾ consolidé du 1^{er} trimestre 2021 en repli modéré de 3,4%

En millions d'euros	T1 2021	T1 2020	Variation
Radio	43,5	45,8	-5,0%
Télévision	17,3	18,3	-5,5%
Diffusion	16,1	15,5	+3,9%
Chiffre d'affaires hors échanges	76,9	79,6	-3,4%
Chiffre d'affaires sur échanges	2,1	3,2	-34,4%
Chiffre d'affaires	79,0	82,8	-4,6%

Toujours affecté par les conséquences de la crise sanitaire de la Covid-19 sur ses activités Médias en France et en Europe, le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2021 un chiffre d'affaires hors échanges de 76,9 M€, en baisse de 3,4% par rapport au 1^{er} trimestre 2020.

Le 1^{er} trimestre de l'exercice 2021 est caractérisé par un début d'année difficile, compte tenu de la poursuite des mesures de restrictions sanitaires, puis par un rebond en mars en raison d'un effet de base favorable pour les activités Radio et Télévision. L'activité de Diffusion poursuit son développement et affiche une croissance de +3,9%.

RADIO

Au premier trimestre 2021, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 43,5 M€ en retrait de 5% par rapport au 1^{er} trimestre 2020. Le trimestre se caractérise par deux périodes diamétralement opposées, une baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 19,2% lors des deux premiers mois pénalisés par rapport à l'année dernière par la poursuite des restrictions sanitaires et une croissance de 26,9% en mars, compte tenu d'un effet de base favorable lié à l'arrêt particulièrement brutal de l'activité à la mi-mars 2020.

Cette tendance globale masque des disparités importantes entre les différents marchés radio sur lesquels le Groupe est présent, en fonction essentiellement de l'impact spécifique des différentes mesures de restrictions sanitaires. Ainsi, le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2021 une baisse de 18,5% de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ Radio à l'international, principalement en raison des mesures sanitaires très strictes qui pénalisent fortement le chiffre d'affaires⁽¹⁾ en Allemagne. En France les disparités sont également très fortes entre la radio locale dont le chiffre d'affaires⁽¹⁾ est en baisse de 9,4% et la radio nationale dont l'activité progresse de + 2,9%.

Avec les résultats de la vague d'audience Médiamétrie janvier-mars 2021, le Groupe dispose en France de la 1^{ère} offre commerciale radio sur la cible 25-49 ans⁽²⁾ et de positions de leader solides. NRJ, qui rassemble toutes les générations avec son concentré d'optimisme, est la 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 l'après-midi sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽³⁾. **Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par plus de 9,5 millions de Français⁽⁵⁾.**

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⁽⁶⁾, groupe radio leader sur les enceintes connectées⁽⁷⁾ et 1^{er} groupe sur l'e-commerce⁽⁸⁾. NRJ rassemble chaque semaine près de 5,6 millions d'auditeurs qui achètent des produits ou des services en ligne⁽⁸⁾. NRJ est également 1^{ère} radio privée de France sur l'écoute des podcasts⁽⁹⁾.**

TÉLÉVISION

Au premier trimestre 2021, la PDA cumulée des deux chaînes gratuites de NRJ Group (NRJ 12 + Chérie 25) s'établit à 2,2%⁽¹⁰⁾ sur l'ensemble du public, à 2,2%⁽¹⁰⁾ sur la cible 25-49 ans et à 2,5%⁽¹⁰⁾ sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans. Les audiences du pôle TV au 1^{er} trimestre 2021, notamment de NRJ 12, ont évolué conformément à la stratégie de rentabilisation des audiences du pôle.

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV enregistre une baisse de 5,5% à 17,3 M€. Le trimestre se compose, comme pour le pôle Radio, de deux périodes distinctes, avec un recul du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 11,1% sur les deux premiers mois et une croissance de 5,8% au mois de mars en raison d'un effet de base favorable.

En lien avec l'évolution des audiences évoquée ci-dessus, la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV sur le 1^{er} trimestre 2021 s'explique par un chiffre d'affaires⁽¹⁾ moindre de NRJ 12, alors que Chérie 25 et NRJ Hits enregistrent une croissance de leur chiffre d'affaires⁽¹⁾ par rapport à la même période de 2020 mais aussi de 2019.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2021, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 16,1 M€, en hausse de 3,9% par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2020. Cette progression s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

Evolution récente et Perspectives : COVID-19

L'évolution du chiffre d'affaires⁽¹⁾ média est positive en avril compte tenu d'un effet de base favorable, mais la visibilité reste faible compte-tenu du contexte sanitaire. Le Groupe poursuit son développement en s'adaptant au mieux aux évolutions conjoncturelles.

Prochain rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 20 mai 2021.

Sources :

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

⁽²⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, janvier-mars 2021, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC, QHM et PDA.

⁽³⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, janvier-mars 2021, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h et 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, janvier-mars 2021, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.

⁽⁵⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, janvier-mars 2021, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 534 000 auditeurs.

⁽⁶⁾ ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Mars 2021, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 36 794 307 sessions d'écoutes actives.

⁽⁷⁾ 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).

⁽⁸⁾ Kantar Media TGI, Avril 2021, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services, 15 ans et +.

⁽⁹⁾ Médiamétrie, Global Radio, Sept-Oct 2020, Audience Cumulée, 5h-24h, 13 ans et plus, L-V, AC en différé.

⁽¹⁰⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NRJ 12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, T1 2021.

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