



Paris, le 1<sup>er</sup> février 2018 - 17h45  
**Chiffre d'affaires 2017 – NRJ Group**

**Croissance du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> Groupe de 2,8% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017**  
**Hausse de 9,8% du pôle TV**  
**Croissance à deux chiffres des pôles Activités Internationales et Diffusion**

en millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre			Cumul 12 mois		
	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
Média Musicaux et Événementiel	56,0	58,1	-3,6%	187,1	193,5	-3,3%
Télévision	25,8	23,5	+9,8%	87,3	85,6	+2,0%
Activités Internationales	11,2	10,0	+12,0%	39,2	35,5	+10,4%
Diffusion	14,6	13,1	+11,5%	54,4	55,2	-1,4%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires</b>	<b>107,6</b>	<b>104,7</b>	<b>+2,8%</b>	<b>368,0</b>	<b>369,8</b>	<b>-0,5%</b>
Echanges dissimilaires	3,8	1,3	+192,3%	6,5	4,1	+58,5%
<b>Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires</b>	<b>111,4</b>	<b>106,0</b>	<b>+5,1%</b>	<b>374,5</b>	<b>373,9</b>	<b>+0,2%</b>

Le Groupe enregistre au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017 un chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> de 107,6 M€, en hausse de 2,8% par rapport à la même période en 2016. Le chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> de 2017 s'établit à 368,0 M€, en léger recul de 0,5% par rapport à 2016.

### MEDIAS MUSICAUX ET EVENEMENTIEL (MME)

Le pôle MME enregistre un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 56,0 M€ au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017, en repli de 3,6% par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice précédent. Sur l'ensemble de l'exercice 2017, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> s'établit à 187,1 M€, en repli de 3,3%. Pour l'année 2017, l'activité radio enregistre un repli de 4,0%, en ligne avec les tendances observées sur le marché.

Avec 11,6 millions d'auditeurs chaque jour<sup>(2)</sup>, selon les résultats d'audience de la vague Médiamétrie novembre-décembre 2017, NRJ Global (régie nationale du Groupe) s'affirme comme la 1<sup>ère</sup> offre commerciale radio de France. Elle est également leader radio sur les deux cibles publicitaires principales : les 25-49 ans<sup>(3)</sup> et les Femmes Responsables Des Achats de moins de 50 ans<sup>(3)</sup>.

Cette même vague Médiamétrie confirme que NRJ, locomotive du pôle, est la **1<sup>ère</sup> radio de France sur les moins de 65 ans** <sup>(4)</sup> réunissant chaque jour près de 5,7 millions d'auditeurs<sup>(5)</sup> et **la 1<sup>ère</sup> matinale de France avec « Manu dans le 6/9 », sur les 25-49 ans, les Millennials et les Femmes Responsables Des Achats de moins de 50 ans** <sup>(6)</sup>. Après avoir parié à la rentrée dernière sur de nouveaux talents et des programmes innovants, NRJ enregistre une forte dynamique sur ses nouvelles émissions<sup>(7)</sup>.

Les activités digitales affichent une croissance de 10,7% sur le 4<sup>ème</sup> trimestre et de 4,0% sur l'ensemble de l'année. Cette croissance est portée au sein de l'écosystème digital du Groupe par la performance des formats audio et par le succès des offres commerciales de la régie locale. Sur les données publiées à date par Médiamétrie pour l'année 2017, avec la nouvelle mesure d'audience Internet Global, **la marque NRJ confirme son attractivité avec une place dans le Top 5 aux côtés de Spotify, Deezer, Google Play Musique et Shazam - classement musique - des sites et applications (ordinateur – mobile – tablette) de musique les plus consultés** <sup>(8)</sup> et se positionne, selon l'ACPM-OJD en décembre,

comme la 1<sup>ère</sup> marque de radio digitale<sup>(9)</sup> de France. Au global, avec plus de 220 radios digitales, les 4 marques radios du groupe NRJ ont enregistré, en décembre, près de 42,4 millions de sessions d'écoutes actives monde<sup>(10)</sup>.

## TELEVISION

**Le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV s'établit à 25,8 M€ au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017, en croissance de 9,8%.** Pour l'année 2017, le pôle TV dégage un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 87,3 M€, en augmentation de 2,0%.

En 2017, les deux chaînes gratuites du pôle TV (NRJ 12 + Chérie 25) affichent une progression des audiences sur les cibles commerciales privilégiées par les annonceurs, avec une PDA de 3,6%<sup>(11)</sup> sur la cible Femmes Responsables Des Achats de moins de 50 ans en progression de 3%<sup>(12)</sup> sur un an et une PDA de 3,3%<sup>(11)</sup> sur la cible 25-49 ans, en progression de 6%<sup>(12)</sup> sur un an. Sur l'ensemble du public, la PDA cumulée des deux chaînes gratuites s'établit à 2,7%<sup>(11)</sup>.

En 2017, NRJ 12 a enregistré, une PDA de 1,6%<sup>(13)</sup> sur l'ensemble du public et une progression de 0,1 pt<sup>(14)</sup> sur la cible 25-49 ans à 2,3%<sup>(13)</sup>. La chaîne se positionne comme la **1<sup>ère</sup> chaîne de France en after school sur les 15-24 ans avec une PDA de 14,2%<sup>(15)</sup>**. NRJ 12 a par ailleurs capitalisé sur des programmes fédérateurs, comme par exemple, son magazine hebdomadaire Crimes avec une PDA de 2,9% sur les Femmes Responsables Des Achats de moins de 50 ans<sup>(16)</sup>, ses soirées cinéma avec une PDA de 2,4% sur les 25-49 ans<sup>(17)</sup> et enfin son programme de télé-réalité inédit « les Anges 9 - back to paradise » - qui a enregistré une audience moyenne de 708 000 téléspectateurs quotidiens sur la saison<sup>(18)</sup>.

Chérie 25 a enregistré sur l'année 2017 une PDA sur l'ensemble du public de 1,1%<sup>(19)</sup> et de fortes progressions sur un an sur les cibles commerciales privilégiées : +10% sur la PDA Femmes Responsables Des Achats de moins de 50 ans<sup>(20)</sup> et +11% sur la PDA 25-49 ans<sup>(20)</sup>, grâce notamment à la force de sa promesse « tous les soirs un film ». La PDA 4+ du prime-time de Chérie 25 a ainsi progressé de 8% sur un an et s'élève à 1,3%<sup>(21)</sup>.

La 3<sup>ème</sup> chaîne du Groupe, NRJ Hits, fidèle à son concept fort « 100% Musicale, 100% Hits », capitalise sur sa position de première chaîne musicale du câble-satellite-ADSL<sup>(22)</sup> avec plus de 4,7 millions de téléspectateurs chaque mois<sup>(23)</sup>.

## ACTIVITES INTERNATIONALES

Les activités internationales du Groupe affichent un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 11,2 M€ au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017, en hausse de 12,0%, portée par la forte dynamique enregistrée par l'Allemagne **(+16,1%)** et la Belgique **(+10,5%)**.

Pour l'année 2017, les activités internationales ont dégagé un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 39,2 M€ en croissance de 10,4%. Toutes les zones du pôle sont en augmentation (zones germanophone et francophone ainsi que les licences concédées).

## DIFFUSION

Le pôle diffusion a enregistré au 4<sup>ème</sup> trimestre un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 14,6 M€ en hausse de **11,5%** par rapport à la même période de l'année précédente. La progression s'explique à hauteur d'environ 0,6 M€ par des prestations de réaménagement des fréquences demandées par l'ANFR.

Le niveau d'activité sur l'année 2017 ressort à 54,4 M€ pour le pôle, en repli de 1,4% par rapport à l'exercice 2016, du fait de l'impact de l'arrêt des prestations de diffusion des multiplexes R5 et R8 (effectif depuis le 5 avril 2016). Corrigé de cet effet, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de l'exercice 2017 affiche une croissance de 3,8%.

Le Groupe poursuit ses réflexions stratégiques et continue d'étudier les options qui permettraient à towerCast d'accélérer son développement.

\*\*\*\*\*

**Prochain rendez-vous :** publication des résultats annuels 2017, le 14 mars 2018 (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](http://www.nrjgroup.fr)) à la rubrique "Finances/ Publications financières/ Rapports financiers".

Sources :

- (1) Hors échanges dissimilaires.
- (2) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 5h-24h, 13 ans et plus, AC NRJ Group (NRJ Global) : 11 568 000 auditeurs.
- (3) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (4) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 5h-24h, 13-64 ans, AC.
- (5) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 5h-24h, 13 ans et plus, AC : 5 677 000 auditeurs.
- (6) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, L-V, 6h-9h30, cibles citées, AC, QHM et PDA, Millennials = 15-29ans.
- (7) Médiamétrie 126 000 Radio, Novembre-Décembre 2017, PDA 13+, ND17 vs SO17 : +72% avec le Rico Show (L-V, 23h-01h), +64% avec Domingo Radio Stream (Dimanche, 20h-24h) et +21% avec Guillaume Radio (L-V, 20h-23h).
- (8) Médiamétrie et Médiamétrie // NetRatings, Audience Internet Global – France – Janvier-Septembre 2017 – base 15 ans et plus – Brand NRJ – Classement musicale.
- (9) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2017, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France. NRJ : 17 548 411 sessions d'écoutes actives + 30 secondes.
- (10) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2017, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données Monde. NRJ GROUP : 42 399 919 sessions d'écoutes actives + 30 secondes.
- (11) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017.
- (12) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017 versus année 2016, évolution en %.
- (13) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, NRJ 12, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017.
- (14) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, NRJ 12, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017 versus année 2016, évolution en point.
- (15) Médiamétrie, Médiamat, NRJ 12, Audience en jour de vision, lundi-vendredi 17h35-19h00 hors juillet-août.
- (16) Médiamétrie-Médiamat, NRJ 12, Janvier-Décembre 2017, PDA FRDA-50 ans sur les émissions en Prime Time le lundi.
- (17) Médiamétrie-Médiamat, NRJ 12, Janvier-Décembre 2017, PDA 25-49 ans de l'ensemble des films diffusés en prime time.
- (18) Médiamétrie-Médiamat, NRJ 12, du 6 février au 30 juin 2017, sur les épisodes inédits des Anges 9, TME 4 +.
- (19) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017.
- (20) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, année 2017 versus année 2016, évolution en %.
- (21) Médiamétrie, Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, 4+, 20h45-22h30, LàD, année 2017, année 2017 versus année 2016, évolution de la PDA en %.
- (22) Médiamétrie, Médiamat'Thématik, audience consolidée, vague 33 (2 janvier – 18 juin 2017), 03h-27h, LàD - Ranking des chaînes musicales sur le TME.
- (23) Médiamétrie, Médiamat'Thématik, audience consolidée, vague 33 (2 janvier – 18 juin 2017), 03h-27h, LàD - Couverture 4 semaines seuil de vision 10 secondes consécutives.

#### 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, 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, multi-channel network et plus de 220 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 15 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 | Marina Louvard / Tel : + 33 1 47 03 68 63 / e-mail : [nrjgroup@fticonsulting.com](mailto:nrjgroup@fticonsulting.com)

NRJ GROUP - Société Anonyme au capital de 784 178,46 euros  
Siège social : 22, rue Boileau 75016 Paris  
332 036 128 RCS PARIS