



Paris, le 5 février 2019 - 17h45  
**Chiffre d'affaires 2018 - NRJ Group**

**Croissance de 2,6 % du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> consolidé pour l'année 2018,  
 malgré des éléments défavorables au 4<sup>ème</sup> trimestre**

**Quatrième trimestre 2018**

Chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> Groupe : 109,6 M€ (-2,1 %)

**12 mois 2018**

Chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> Groupe : 392,3 M€ (+2,6 %)

En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre			Cumul 12 mois		
	2018	2017 <sup>®</sup>	Variation	2018	2017 <sup>®</sup>	Variation
Radio	68,8	71,5	-3,8%	235,0	240,5 *	-2,3%
Télévision	24,0	25,8	-7,0%	90,8	87,3	+4,0%
Diffusion	16,8	14,6	+15,1%	66,5	54,4	+22,2%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>109,6</b>	<b>111,9</b>	<b>-2,1%</b>	<b>392,3</b>	<b>382,2</b>	<b>+2,6%</b>
Chiffre d'affaires sur échanges	6,0	5,9	+1,7%	18,7	20,2	-7,4%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>115,6</b>	<b>117,8</b>	<b>-1,9%</b>	<b>411,0</b>	<b>402,4</b>	<b>+2,1%</b>

<sup>®</sup> Données retraitées après application rétroactive au 1<sup>er</sup> janvier 2017 de la norme IFRS 15 (cf. annexe i)

\*Après regroupement des pôles « MME » et « Activités Internationales » dans un nouveau pôle « Radio » (cf. annexe ii)

Le Groupe enregistre au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018 un chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> de 109,6 M€, en retrait de 2,1 % par rapport à la même période en 2017. Cette baisse est due à deux éléments défavorables : le « mouvement des gilets jaunes » en France et les effets du changement de mode d'exploitation de la radio en Norvège\*\*. Sans ces éléments défavorables, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du Groupe aurait enregistré une légère croissance au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018.

Le chiffre d'affaires consolidé<sup>(1)</sup> de 2018 s'établit à 392,3 M€, en croissance de 2,6 % par rapport à 2017.

**RADIO**

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018, marqué par le « mouvement des gilets jaunes » et par les effets du changement de mode d'exploitation en Norvège, le pôle Radio de NRJ Group enregistre un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 68,8 M€, à comparer à 71,5 M€ au 4<sup>ème</sup> trimestre 2017. Corrigé de l'impact de ces deux éléments pour un montant total proche de 3 M€, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Radio serait en légère croissance au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018.

Le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> 2018 du pôle Radio de NRJ Group s'établit à 235,0 M€, en baisse de 2,3 %. Corrigé de l'effet lié au changement de mode d'exploitation de la Norvège à hauteur de 2,9 M€ et à l'impact du « mouvement des gilets jaunes », le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle radio serait quasi stable en 2018.

En 2018, l'activité Radio en France s'est appuyée sur ses atouts, notamment, sur sa marque phare NRJ qui a confirmé ses positions de leader (**1<sup>ère</sup> radio de France sur les moins de 65 ans<sup>(2)</sup> et 1<sup>ère</sup> matinale de France sur les moins de 65 ans<sup>(3)</sup>**). NRJ Group a continué à innover en installant, sur la tranche horaire 17h-20h à la rentrée

\*\* sans impact significatif toutefois sur le ROC<sup>(1)</sup>.

2018/2019 et pour la première fois dans l'histoire de NRJ, un programme divertissant et interactif avec les auditeurs, animé par « Cauet et sa bande » qui se place première émission de France sur les moins de 60 ans<sup>(4)</sup>, avec 1,5 million d'auditeurs quotidiens. L'activité Radio en France bénéficie en 2018 des très belles performances de Nostalgie qui a reçu le grand prix de la radio musicale nationale de l'année, au Salon 2019 de la Radio et de l'Audio Digital<sup>(5)</sup>. Nostalgie a vu son audience progresser de 12 % en un an<sup>(6)</sup> en portant son nombre d'auditeurs quotidiens à 3,3 millions<sup>(7)</sup>.

Les activités digitales poursuivent leur croissance au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018 et enregistrent un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> en hausse de 3,2 %. Sur l'exercice 2018, la progression des activités digitales est de 10,6 %, portée par la performance des formats audio et vidéo ainsi que par le succès des offres commerciales de la régie locale. Le Groupe NRJ Group se positionne comme le 1<sup>er</sup> groupe privé de radios digitales de France<sup>(8)</sup> et NRJ est, en outre, la 1<sup>ère</sup> radio de France sur le e-commerce<sup>(9)</sup>. De plus, 54 % des personnes possédant une enceinte connectée écoutent NRJ<sup>(10)</sup>.

## TELEVISION

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018, avec un effet de base défavorable et dans un contexte exceptionnel marqué par le « mouvement des gilets jaunes », le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV s'établit à 24,0 M€, en retrait de 7,0 %. En 2018, **le pôle TV enregistre cependant une hausse de son chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 4,0 % à 90,8 M€ en surperformant le marché<sup>(11)</sup>**. Cette croissance deux fois plus élevée que celle enregistrée sur l'exercice précédent résulte de la très bonne performance commerciale de Chérie 25 et de NRJ Hits, qui enregistrent toutes deux une croissance à deux chiffres de leur chiffre d'affaires<sup>(1)</sup>.

En 2018, la PDA cumulée des deux chaînes gratuites de NRJ Group (NRJ 12 + Chérie 25) s'établit à 2,5 %<sup>(12)</sup> sur l'ensemble du public, à 3,0 %<sup>(12)</sup> sur la cible 25-49 ans et à 3,4 %<sup>(12)</sup> sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans.

En 2018, NRJ 12 bénéficie du travail d'optimisation de sa grille et de ses audiences avec notamment un épisode inédit de ses séries-réalité quotidiennes (Les Anges 10 puis Les Vacances des Anges 3) positionné en Access Prime Time de 19h à 20h. La chaîne affiche une progression de sa PDA 4+ sur cette case stratégique et prioritaire de 0,6 point à 1,9 %<sup>(13)</sup>. **NRJ 12 se positionne ainsi comme 1<sup>ère</sup> chaîne de la TNT en Access Prime Time sur les 15-24 ans<sup>(14)</sup>** avec une PDA de 7,6%<sup>(14)</sup>. NRJ 12 enregistre également le lancement réussi, en septembre sur la tranche horaire 13h40 - 14h30, d'un nouveau programme « Crimes et faits-divers : la quotidienne ». Cette nouvelle émission, animée en direct par Jean-Marc Morandini, a rapidement trouvé son public en doublant la moyenne de la case, avec une progression notamment de 1,1 point sur la PDA 4+ qui s'établit à 2,1 %<sup>(15)</sup>.

**Chérie 25**, enregistre en 2018 une progression de 0,1 point<sup>(16)</sup> de sa PDA 4+ en prime time qui s'élève à 1,4 %<sup>(17)</sup>. Depuis la rentrée, Chérie 25 a réussi, également, à installer un nouveau rendez-vous de fiction en Access Prime Time avec notamment la série Médium avec des gains d'audiences sur les cibles prioritaires (+0,2 point sur la cible 4+<sup>(18)</sup>, +0,3 point sur la cible 25-49 ans<sup>(18)</sup> et +0,7 point sur la cible FRDA-50 ans<sup>(18)</sup>).

NRJ Hits, la 3<sup>ème</sup> chaîne du Groupe, fidèle à son concept fort « 100% Musicale, 100% Hits », capitalise sur sa position de première chaîne musicale du câble-satellite-ADSL<sup>(19)</sup> avec plus de 4,1 millions de téléspectateurs chaque mois<sup>(20)</sup>.

## DIFFUSION

Le pôle Diffusion enregistre au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018 un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 16,8 M€ en hausse de 15,1% par rapport à la même période de l'année précédente.

Au titre de 2018, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Diffusion s'établit à 66,5 M€, en progression de 22,2 % par rapport à l'année 2017. Retraité des éléments non-récurrents, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de l'exercice 2018 affiche une croissance organique de 7%, tirée par la progression des activités de diffusion FM et, dans une moindre mesure, de celles des activités TNT.

\*\*\*\*\*

**Prochain rendez-vous** : publication des résultats annuels 2018, le 13 mars 2019 (après bourse).

## **ANNEXES**

### **i Mise en œuvre de la norme IFRS 15**

Le Groupe a appliqué pour la première fois la norme IFRS 15 « Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients » par une application rétrospective complète qui a conduit au retraitement de l'information comparative.

Cette norme n'a pas d'incidence significative sur les résultats du Groupe. Ses principaux impacts résident :

- d'une part, dans l'appréhension des revenus issus des partenariats en Zone Nordique (Suède, Norvège et Finlande) en chiffre d'affaires et non plus en autres produits d'activité pour 14,3 M€ sur l'exercice 2017.
- d'autre part, dans la prise en compte des échanges qualifiés de « similaires », jusqu'alors éliminés, avec un impact global sur le chiffre d'affaires échanges de 13,8 M€ sur l'exercice 2017.

#### 12 mois

En millions d'euros	2017 Publié	Impact IFRS 15 Partenariats	Impact IFRS 15 Echanges	2017 Retraité
<b>Chiffre d'affaires</b> hors échanges	<b>367,9</b>	<b>14,3</b>		<b>382,2</b>
Médias Musicaux et Événementiel	187,2			187,2
Télévision	87,3			87,3
Activités Internationales	39,0	14,3		53,3
Diffusion	54,4			54,4
<b>Chiffre d'affaires</b> échanges	<b>6,4</b>		<b>13,8</b>	<b>20,2</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>374,3</b>	<b>14,3</b>	<b>13,8</b>	<b>402,4</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant</b> hors échanges	<b>27,3</b>			<b>27,3</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant</b> sur échanges	<b>0,5</b>		<b>(0,6)</b>	<b>(0,1)</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>27,8</b>		<b>(0,6)</b>	<b>27,2</b>

### **ii Evolution de l'information sectorielle**

NRJ Group a modifié la structure des pôles de son information sectorielle en créant le pôle Radio qui regroupe désormais les pôles MME et Activités Internationales aux caractéristiques économiques similaires. Les pôles Télévision, Diffusion et Autres Activités restent inchangés.

Le Groupe publie désormais un chiffre d'affaires (hors échanges) et un ROC (hors échanges) pour chacun des quatre pôles suivants :

- Radio
- Télévision
- Diffusion
- Autres Activités

En application de la norme IFRS 8 « Secteurs Opérationnels », les données 2017 de chacun des pôles sont présentées retraitées de ce regroupement, dans l'information ci-dessus.

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

(2) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ, Cumul année 2018, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC.

(3) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ, Cumul année 2018, L-V, 6h-9h30, cibles citées, AC.

(4) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ, Cumul année 2018, L-V, 17h-20h, cibles citées, AC.

(5) Remise du prix le 24 janvier 2019.

(6) Médiamétrie, 126 000 radio, NOSTALGIE, Evolution PDA en %, Cumuls année 2018 versus année 2017, L-V, 05h-24h, 13 ans et plus, AC.

- (7) Médiamétrie, 126 000 radio, NOSTALGIE, Cumul année 2018, L-V, 05h-24h, 13 ans et plus, AC.
- (8) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, décembre 2018, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 29 409 087 sessions d'écoutes actives.
- (9) Kantar Media TGI Octobre 2018. Stations écoutées 8 derniers jours. Usage d'internet pour des achats de produits ou services. Cible 15 ans et +.
- (10) Médiamétrie, baromètre des enceintes connectées intelligentes, Novembre 2018, internautes 15 ans et +.
- (11) BUMP : Baromètre Unifié du Marché Publicitaire, communiqué de presse du 22 novembre 2018 sur le marché publicitaire des 9 premiers mois de 2018 : Evolution du marché publicitaire en TV versus 2017 +1,8 % au T1 2018, +1,6 % au S1 2018 et +2,3 % sur les 9 premiers mois de 2018 pour une évolution du chiffre d'affaires du pôle TV de NRJ Group de +10,8 % au T1 2018, de +10,7 % au S1 2018 et de + 8,6 % sur les 9 premiers mois de 2018 .
- (12) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, 2018.
- (13) Médiamétrie-Médiamat, PDA en réaffectation, NR12, 4+, 19h-20h, LàV, année Médiamat 2018 (hors été) versus année Médiamat 2017 (hors été).
- (14) Médiamétrie, Médiamat, NRJ 12, Audiences à date en réaffectation, PDA, 15-24 ans, année Médiamat 2018 (hors été), lundi à vendredi, 17h00-20h00.
- (15) Médiamétrie, Médiamat, NRJ 12, Audience veille, PDA 4+, Septembre-Décembre 2018 versus Septembre-Décembre 2017, lundi à vendredi, 13h40-14h30, évolution en points avec +1,1 point.
- (16) Médiamétrie, Médiamat, Chérie 25, PDA en jour de vision, 4+, 21h00-22h30, LàD, année 2018 versus année 2017, évolution de la PDA en points.
- (17) Médiamétrie, Médiamat, Chérie 25, PDA en jour de vision, 4+, 21h00-22h30, LàD, année 2018.
- (18) Médiamétrie, Médiamat, Chérie 25, PDA en jour de vision, 4+ et cibles citées, 18h00-21h00, LàD, Septembre-Décembre 2018 versus Septembre-Décembre 2017, évolution de la PDA en points.
- (19) Médiamétrie Médiamat'Thématik, Audience consolidée, vague 35 (Janvier 2018 – Juin 2018), LàD, 3h-27h, ranking des chaînes musicales sur le TME 4+.
- (20) Médiamétrie Médiamat'Thématik, Audience consolidée, vague 35 (Janvier 2018 – Juin 2018), LàD, 3h-27h, 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 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 16 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