



Paris, le 5 février 2020 - 17h45  
**Chiffre d'affaires 2019 - NRJ Group**

- En 2019, croissance du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> Radio et progression de 4 % des activités Diffusion hors prestations ponctuelles
- Chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV impacté par la faiblesse du marché

En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre			Cumul 12 mois		
	2019	2018	Variation	2019	2018	Variation
Radio	69,1	68,8	+0,4%	236,7	235,0	+0,7%
Télévision	22,8	24,0	-5,0%	84,5	90,8	-6,9%
Diffusion	15,3	16,8	-8,9%	65,0	66,5	-2,3%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>107,2</b>	<b>109,6</b>	<b>-2,2%</b>	<b>386,2</b>	<b>392,3</b>	<b>-1,6%</b>
Chiffre d'affaires sur échanges	6,5	6,0	+8,3%	20,4	18,7	+9,1%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>113,7</b>	<b>115,6</b>	<b>-1,6%</b>	<b>406,6</b>	<b>411,0</b>	<b>-1,1%</b>

La bonne performance commerciale du pôle Radio et du pôle Diffusion de NRJ Group (+4 % hors prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT ) se poursuit au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019.

En raison d'une faible demande en télévision et de l'arrêt des prestations ponctuelles en Diffusion, NRJ Group enregistre au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 107,2 M€ en baisse de 2,2 % par rapport à la même période de 2018. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges de l'exercice 2019 s'établit à 386,2 M€, en retrait de 1,6 % par rapport à l'exercice 2018.

## RADIO

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 69,1 M€ en progression de 0,4 % par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018. Le Groupe enregistre en France, sur son activité principale, une croissance de 3,0 % mais dans le même temps, le ralentissement économique en Allemagne a entraîné une baisse du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du Groupe dans ce pays.

Avec les nouveaux résultats Médiamétrie de la vague novembre-décembre 2019, la régie nationale du Groupe affirme son leadership sur les cibles commerciales prioritaires : les 25-49 ans<sup>(2)</sup> et les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans<sup>(2)</sup>. Les deux programmes phares de NRJ « MANU DANS LE 6/9 » et « C'Cauef » enregistrent des progressions significatives de leur part d'audience en un an, respectivement de +10 %<sup>(3)</sup> et +19 %<sup>(4)</sup>. « MANU DANS LE 6/9 » confirme sa place de 1<sup>ère</sup> matinale de France sur les auditeurs de moins de 65 ans<sup>(5)</sup> et « C'Cauef » celle de 1<sup>er</sup> drive de France sur les moins de 65 ans<sup>(6)</sup>.

Sur l'exercice 2019, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Radio progresse de 0,7 % par rapport à l'exercice 2018, porté notamment par la croissance de la radio nationale en France et par la poursuite du développement des activités digitales.

**En France**, le Groupe a amplifié en 2019 ses investissements dans ses programmes et leur promotion et a ainsi consolidé son leadership sur la cible commerciale prioritaire des 25-49 ans avec une part d'audience à 18,2 %<sup>(7)</sup> (+2,3 points sur un an<sup>(8)</sup>) et un QHM (quart d'heure moyen) à 403 milliers d'auditeurs<sup>(9)</sup> soit +8,6 % en un an<sup>(10)</sup>. L'année s'est également achevée avec la reconnaissance du public pour NRJ qui a été nommée dans 4 catégories à l'édition 2019 des Radio Notes<sup>(11)</sup> et primée dans chacune d'entre elles : Radio Musicale de l'année, Matinale Musicale de l'année avec « Manu dans le 6/9 », Divertissement de l'année avec « C'Cauet sur NRJ » et Emission Libre-Antenne nocturne de l'année avec « MIKL sur NRJ ». **Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par plus de 10,7 millions de Français<sup>(12)</sup>.**

La stratégie mise en œuvre avec succès, se traduit par le retour de la croissance du chiffre d'affaires Radio en France (+1,4 % par rapport à 2018 et +2,1 % hors impact en 2018 de la comédie musicale « 1789 : Les Amants de la Bastille »). Les activités digitales contribuent également à la croissance du pôle Radio. Elles progressent de plus de 17 %, portées par la performance des formats audio et vidéo ainsi que par le succès des offres commerciales de la région locale.

Depuis la rentrée 2019, les radios digitales du Groupe NRJ **ont enregistré plus de 196 millions de sessions d'écoutes actives<sup>(13)</sup> ce qui représente une augmentation de 11 % en un an<sup>(14)</sup>**. Le Groupe NRJ se positionne comme le 1<sup>er</sup> groupe privé de radios digitales de France<sup>(15)</sup> et NRJ est 1<sup>ère</sup> radio de France sur les enceintes vocales<sup>(16)</sup> et sur le e-commerce<sup>(17)</sup>.

Le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> réalisé en 2019 **à l'international** est en légère baisse (-1,8 %), le recul de l'activité en Allemagne, lié au contexte économique local, n'étant que partiellement compensé par la croissance du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> global du reste du périmètre international.

## TÉLÉVISION

En 2019, le Groupe a mené une stratégie de complémentarité de ses chaînes et de rentabilisation de son audience qui s'est traduite par des gains de part d'audience sur l'ensemble du public comme sur les cibles prioritaires (avec des records historiques enregistrés en juin<sup>(18)</sup>) et par une réduction significative du coût de grille.

La part d'audience cumulée des deux chaînes gratuites s'établit à 2,7 %<sup>(19)</sup> sur l'ensemble du public (soit + 0,2 point<sup>(20)</sup> par rapport à 2018), à 3,2 %<sup>(19)</sup> sur la cible 25-49 ans (soit +0,2 point sur un an<sup>(20)</sup>) et à 3,6 %<sup>(19)</sup> sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans (progression de 0,2 point<sup>(20)</sup>). Chérie 25 réalise, en particulier, une année historique auprès de la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans avec une part d'audience de 1,3 %<sup>(21)</sup> en progression de 18 %<sup>(22)</sup> sur un an. **Chaque jour, les chaînes NRJ 12 et CHERIE 25 sont regardées par plus de 7,5 millions de spectateurs<sup>(23)</sup>.**

La faible demande du marché déjà observée en juillet et en août, s'est réitérée en novembre et décembre, après un mois d'octobre en croissance. Cette faiblesse du marché, même partiellement compensée par un effet valeur positif, pèse sur la performance du pôle au 4<sup>ème</sup> trimestre. Le pôle TV enregistre ainsi un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 22,8 M€ en retrait de 5 % par rapport à la même période en 2018.

Sur l'exercice 2019, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV s'élève à 84,5 M€ en retrait de 6,9 % par rapport à celui de l'exercice 2018. Cette baisse du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> devrait être compensée par une réduction des charges, notamment du coût de grille.

## DIFFUSION

Pour rappel, towerCast a enregistré en 2018 et au 1<sup>er</sup> semestre 2019 des revenus liés à des prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT qui ont pris fin au 30 juin 2019. Compte tenu de cet effet de base défavorable, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> réalisé par le pôle Diffusion au 4<sup>ème</sup> trimestre 2019 s'élève à 15,3 M€ en retrait de 1,5 M€ (-8,9 %) par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018 et à 65,0 M€ au titre de l'année 2019, en baisse également de 1,5 M€ (-2,3 %) par rapport à l'année 2018.

Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Diffusion affiche, au 4<sup>ème</sup> trimestre de 2019 comme sur l'ensemble de l'exercice, une croissance de plus de 4 %.

\*\*\*\*\*

**Prochain rendez-vous** : publication des résultats annuels 2019, le 18 mars 2020 (après bourse).

Sources :

- (1) Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, en cours d'audit, établi selon les normes IFRS.
- (2) Médiamétrie, 126 000 radio, novembre-décembre 2019, NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC, QHM et PDA.
- (3) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ, L-V, 13 ans et +, 06h00-09h30, évolution de la PDA novembre-décembre 2019 vs novembre-décembre 2018. Evolution en %.
- (4) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ, L-V, 13 ans et +, 16h00-20h00, évolution de la PDA novembre-décembre 2019 vs novembre-décembre 2018. Evolution en %.
- (5) Médiamétrie, 126 000 radio, novembre-décembre 2019, NRJ, L-V, 13-64 ans, AC, 06h00-09h30.
- (6) Médiamétrie, 126 000 radio, novembre-décembre 2019, NRJ, L-V, 13-64 ans, AC, 16h00-20h00.
- (7) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ Global, L-V, 25-49 ans, 5h-24h, PDA novembre-décembre 2019.
- (8) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ Global, L-V, 25-49 ans, 5h-24h, évolution de la PDA novembre-décembre 2019 vs novembre-décembre 2018. Evolution en points.
- (9) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ Global, L-V, 25-49 ans, 5h-24h, QHM, novembre-décembre 2019.
- (10) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ Global, L-V, 25-49 ans, 5h-24h, évolution du QHM, novembre-décembre 2019 (403 milliers d'auditeurs) vs novembre-décembre 2018 (371 milliers d'auditeurs). Evolution en %.
- (11) Publication des résultats le 19 décembre 2019.
- (12) Médiamétrie, 126 000 radio, novembre-décembre 2019, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 10 730 000 auditeurs.
- (13) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, septembre-décembre 2019, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données Monde, Groupe NRJ : 196 127 500 sessions d'écoutes actives.
- (14) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données Monde, Groupe NRJ, Evolution septembre-décembre 2019 (196 127 500 sessions d'écoutes actives) vs. septembre-décembre 2018 (176 156 193 sessions).
- (15) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, décembre 2019, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 35 080 035 sessions d'écoutes actives.
- (16) Médiamétrie, Baromètre des enceintes connectées intelligentes, avril-mai 2019, Internauts 15 ans et + (43,8% des auditeurs radio sur enceintes connectées écoutent NRJ).
- (17) Kantar Media TGI, octobre 2019, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services, 15 ans et +.
- (18) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+, 25-49 ans et FRDA<50 ans, 03h-27h, LàD, records historiques en Juin 2019.
- (19) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, 2019.
- (20) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ ou cibles citées, 03h-27h, LàD, 2019 vs 2018, évolution en points.
- (21) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, cible citée, 03h-27h, LàD, 2019.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, cible citée, 03h-27h, LàD, 2019 vs 2018, évolution en %.
- (23) Médiamétrie-Médiamat, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+, 03h-27h, LàD, 2019, TCE = 7 517 000 téléspectateurs.

**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".

**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<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 et vocales, 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 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](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