



Paris, le 18 mars 2020 – 18h15  
**Résultats annuels 2019 - NRJ Group**

## • Succès de la stratégie mise en œuvre

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni par téléconférence le 18 mars 2020 sous la présidence de Jean-Paul Baudecroux, a arrêté les comptes consolidés et annuels de l'exercice 2019.

En millions d'euros	2019 <sup>(i)</sup>	Impact IFRS 16	2019 Hors impact IFRS16	2018	Variation comparable
Chiffre d'affaires hors échanges	386,2		386,2	392,3	-1,6%
EBITDA <sup>ii</sup> hors échanges	61,8	8,8	53,0	55,9	-5,2%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	30,5	0,2	30,3	33,7	-10,1%
Résultat opérationnel	28,2	0,2	28,0	32,3	-13,3%
Résultat net part du Groupe	21,7	(0,2)	21,9	22,0	-0,5%

  

En millions d'euros	Au 31 déc 2019 <sup>(i)</sup>	Impact IFRS 16	Au 31 déc 2019 Hors impact IFRS16	Au 31 déc 2018	Variation comparable
Excédent net de trésorerie <sup>iii</sup>	179,8	(33,7)	213,5	198,6	+7,5%
Capitaux propres part du Groupe	604,8	(0,2)	605,0	598,2	+1,1%

<sup>(i)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 sur les contrats de location (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

L'exercice 2019 de NRJ Group se caractérise par :

- De **bons résultats d'audience en radio et en télévision** avec :
  - Un leadership renforcé pour la radio en France sur la principale cible publicitaire des 25-49<sup>(2)</sup> **(+2,3 points en un an** avec une part d'audience à 18,2%),
  - Une amélioration de l'audience des radios du Groupe dans ses 3 principales implantations étrangères, en Allemagne, Belgique et Suède, **avec respectivement une progression de 23,2%<sup>(3)</sup>, de 19,6%<sup>(4)</sup> et de 18,7%<sup>(5)</sup>,**
  - Des gains de part d'audience pour le pôle TV sur les cibles commerciales prioritaires<sup>(20)</sup> : **+0,2 point sur les cibles 4+, les 25-49 ans et la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans.**
- Un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> consolidé de 386,2 millions d'euros, dont la baisse masque la **croissance des activités Radio (+0,7%)** et la **croissance des activités Diffusion (+4% hors impact des prestations ponctuelles).**
- Une **réduction des charges du Groupe** grâce à la mise en œuvre de la stratégie de rentabilisation des audiences du pôle TV et l'optimisation des charges des autres pôles.

- Un **résultat opérationnel courant hors échanges quasiment stable** par rapport à 2018 hors impact des prestations ponctuelles du pôle Diffusion.
- Un **résultat net part du groupe de 21,9 M€ (hors impact IFRS 16) stable** par rapport à l'année précédente principalement en raison de la hausse du résultat financier et de la baisse de la charge d'impôts.
- Un excédent net de trésorerie de 213,5 M€ qui, après application de la norme IFRS 16 et prise en compte de 33,7 M€ d'obligations locatives, s'établit à 179,8 M€.

### Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant (hors échanges) par activité

En millions d'euros	2019	2018	Variation
Radio	236,7	235,0	+0,7%
Télévision	84,5	90,8	-6,9%
Diffusion	65,0	66,5	-2,3%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>386,2</b>	<b>392,3</b>	<b>-1,6%</b>
Radio	34,3	34,9	-1,7%
Télévision	(19,1)	(19,4)	+1,5%
Diffusion	16,7	19,6	-14,8%
Autres activités	(1,4)	(1,4)	+0,0%
<b>Résultat Opérationnel Courant hors échanges<sup>(1)</sup></b>	<b>30,5</b>	<b>33,7</b>	<b>-9,5%</b>

<sup>(1)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 sur les contrats de location (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

## RADIO

En France, les résultats Médiamétrie pour l'année 2019 démontrent la pertinence des investissements et les positions solides des 4 marques complémentaires de NRJ Group. **Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par près de 11 millions<sup>(6)</sup> de Français et chaque semaine par près de 18,6 millions<sup>(7)</sup> de Français.**

- NRJ rassemble 5,2 millions d'auditeurs quotidiens<sup>(8)</sup> et confirme sa place de **1<sup>ère</sup> Radio de France sur les moins de 65 ans<sup>(9)</sup>**, MANU DANS LE 6/9 est la 1<sup>ère</sup> matinale de France sur les moins de 65 ans<sup>(9)</sup>, et C'CAUET se positionne comme le 1<sup>er</sup> Drive Time de France sur les auditeurs de moins de 65 ans<sup>(9)</sup>.
- NOSTALGIE confirme sa place de 2<sup>ème</sup> Radio musicale française, écoutée par plus de 3,2 millions d'auditeurs<sup>(10)</sup> chaque jour.
- CHERIE FM, la radio la plus féminine de France, est écoutée chaque jour par plus de 1,9 million d'auditeurs<sup>(11)</sup> et,
- RIRE ET CHANSONS, la radio la plus masculine des radios musicales, rassemble plus de 1,5 million d'auditeurs quotidiens<sup>(12)</sup>.

Grâce au succès de la stratégie d'investissement du Groupe dans ses programmes et leur promotion et aux performances des équipes commerciales, le chiffre d'affaires<sup>(11)</sup> des activités radio en France progresse de 1,4%. 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 régie 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>. NRJ rassemble chaque semaine plus de 6,2 millions d'auditeurs<sup>(17)</sup> qui achètent des produits ou des services en ligne et enregistre la plus forte progression radio annuelle en gagnant chaque semaine plus d'un million d'auditeurs acheteurs en ligne supplémentaires<sup>(18)</sup>. **La voix est le nouveau clic.**

En parallèle, la radio en France a enregistré une croissance très modérée de ses charges en 2019 (+1,2 %) tout en investissant dans ses programmes et leur promotion de manière soutenue.

La croissance du chiffre d'affaires<sup>(11)</sup> de la radio en France et la maîtrise des charges permettent à son résultat opérationnel courant<sup>(11)</sup> de progresser de +2,7% en 2019 par rapport à l'année précédente.

Dans les pays étrangers les plus contributeurs aux résultats du pôle radio, le Groupe enregistre en 2019 de fortes progressions de l'audience avec une progression de 23,2%<sup>(3)</sup> en Allemagne, de 19,6%<sup>(4)</sup> en Belgique et de 18,7%<sup>(5)</sup> en Suède.

En 2019, le résultat opérationnel courant<sup>(1)</sup> de la radio à l'international recule de 1,2 M€ principalement en raison de de l'exploitation du nouveau réseau en Suède et du recul du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> en Allemagne sur fond de situation économique moins favorable en 2019 que l'année précédente.

Ainsi sur l'exercice 2019, le Groupe enregistre avec sa principale activité un résultat opérationnel courant<sup>(1)</sup> de 34,3 M€.

## TÉLÉVISION

En 2019, le Groupe a poursuivi avec succès sa stratégie de complémentarité de ses chaînes et de rentabilisation de son audience. La mise en œuvre de cette stratégie s'est traduite par des gains de part d'audience sur l'ensemble du public comme sur les cibles prioritaires et dans le même temps par une réduction significative du coût de grille.

La part d'audience cumulée des deux chaînes gratuites s'établit ainsi en 2019 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<sup>(20)</sup> sur un an) 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>). **Chaque jour, les chaînes NRJ 12 et CHERIE 25 sont regardées par plus de 7,5 millions de spectateurs<sup>(21)</sup>.**

Ces bons résultats d'audience ont été enregistrés alors que dans le même temps les charges du pôle TV (principalement celles du coût de grille) baissaient de manière significative en 2019 par rapport à 2018.

Impacté par la faiblesse du marché, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> 2019 du pôle TV s'élève à 84,5 M€ en retrait de 6,9 % par rapport à celui de l'exercice 2018. Cependant la baisse des charges<sup>(1)</sup> compense celle du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> et permet d'afficher un résultat opérationnel courant<sup>(1)</sup> du pôle TV à -19,1 M€ en amélioration de +0,3 M€ par rapport à celui de l'exercice précédent.

## DIFFUSION

Ayant pris fin au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, les revenus liés aux prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT sont en baisse de 42%. Compte tenu de cet effet de base défavorable, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 65,0 M€, en baisse de 2,3 % par rapport à celui de 2018. Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Diffusion affiche une croissance de plus de +4 %, portée par la progression de ses activités de diffusion FM, DAB+ et TNT. Sur l'exercice, towerCast voit ainsi ses parts de marché progresser tant en TNT (+1,5 point à 25,0%) qu'en FM (+0,6 point à 24,5 %).

En 2019, towerCast a continué d'investir significativement dans ses infrastructures, afin, d'une part, de proposer aux éditeurs de radio et de télévision une offre alternative plus compétitive et, d'autre part, de réduire sa propre dépendance vis-à-vis de l'opérateur historique dominant TDF. towerCast a construit 26 nouveaux sites en 2019 dont 19 implantations se substituant à des hébergements auprès d'opérateurs tiers. towerCast opère dorénavant sur 841 sites (7 nouveaux sites exploités en un an).

Le résultat opérationnel courant<sup>(1)</sup> du pôle est en baisse de 2,9 M€ à 16,7 M€ essentiellement en raison de l'effet de base défavorable lié à la baisse des prestations ponctuelles.

### Evolution récente et Perspectives

Les perspectives sont présentées indépendamment des effets de la crise liée au coronavirus, ce sujet étant évoqué spécifiquement à la fin de ce paragraphe.

#### Pôle Radio

- En France, fort de ses 4 marques complémentaires et des programmes populaires proposés aux auditeurs, NRJ Group entend consolider son leadership sur la cible des 25-49 ans et poursuivre sa stratégie commerciale de reprise de valeur notamment par l'innovation et la différenciation. Dans un contexte de

développement des enceintes vocales et de demande croissante de contenu audio découlant de cette évolution technologique, le Groupe poursuivra également en 2020 le développement éditorial et commercial de son activité digitale en s'appuyant sur son expertise dans la production et la commercialisation de contenus audio. NRJ Group ambitionne de devenir à moyen terme un acteur majeur de l'audio digital.

- A l'international, le Groupe anticipe en 2020 un résultat opérationnel courant hors échanges stable, avec notamment en Allemagne une faible visibilité sur la situation économique, l'impact défavorable du non renouvellement de l'autorisation d'émettre en FM à Hambourg mais des audiences favorables.

#### **Pôle TV**

- Dans un marché TV qui bénéficiera dès avril 2020 de l'intégration dans le Médiamat de la mesure de l'audience en dehors du domicile et en mobilité, le groupe poursuivra sa stratégie de rentabilisation de ses audiences en proposant des programmes en affinité avec les attentes du public mais aux coûts optimisés par rapport au chiffre d'affaires correspondant estimé. Le Groupe accentuera également son action commerciale axée sur la reprise de valeur.

#### **Pôle Diffusion**

- Le Groupe entend développer ses positions en tant qu'opérateur français alternatif sur l'ensemble de la chaîne de valeur du marché de la diffusion FM, DAB+ et TNT grâce à son expertise technologique et sa connaissance des territoires en privilégiant une croissance de son parc de sites de diffusion en propre. En 2020, le pôle Diffusion n'enregistrera plus de prestations ponctuelles au titre du réaménagement de fréquences TNT, cette opération ayant été menée à son terme avec succès. Cet élément entraînera un effet de base défavorable sur le résultat opérationnel courant hors échanges de ce pôle.

#### **Coronavirus**

Concernant le Covid-19, la priorité du Groupe demeure la santé de ses collaborateurs tout en continuant à délivrer les prestations qu'attendent ses auditeurs, téléspectateurs et clients. Pour ce faire, le Groupe a mis en place des plans de continuité des affaires pour ses différents métiers et implantations.

Au niveau de son activité, le Groupe enregistre, depuis le début du mois de mars, avec une forte accélération ces derniers jours, des annulations de campagnes de la part des annonceurs tant en radio qu'en télévision. Compte tenu de ces annulations, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> des pôles Radio et Télévision devrait être en baisse significative au T1 2020.

Au-delà du 1<sup>er</sup> trimestre 2020, l'incertitude demeure quant à l'évolution de la crise sanitaire liée au Covid-19 et ses conséquences sur les résultats du Groupe. NRJ Group communiquera au marché sur ces conséquences dès qu'il disposera d'une visibilité suffisante.

\*\*\*\*\*

#### **Informations complémentaires :**

Les comptes consolidés ont été audités et le rapport de certification est en cours d'émission.

Un prochain Conseil d'administration fixera la date de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur ces comptes et arrêtera les résolutions qui lui seront proposées.

#### **ANNEXES**

##### **<sup>i</sup> Modalité de première application de la norme IFRS 16 sur les contrats de location**

Le Groupe a choisi d'appliquer la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des périodes comparatives des états financiers.

Le Résultat Opérationnel Courant hors échanges est impacté favorablement de 0,2 M€, le résultat financier est dégradé à hauteur de 0,4 M€ et le Résultat net part du Groupe à hauteur de 0,2 M€ (cf tableau ci-après).

En millions d'euros	2019	dont Impact IFRS 16 : Annulation charges de location	Dont Impact IFRS 16 : Dotation aux amortissements sur droits d'utilisation	dont Impact IFRS 16 : Intérêts sur obligation locales	Total Impact IFRS 16 :
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	30,5	8,8	(8,6)		0,2
Résultat financier	2,2			(0,4)	(0,4)
Résultat net part du Groupe	21,7				(0,2)

ii **EBITDA** : résultat opérationnel courant hors échanges, avant amortissements et variation des provisions comptabilisées au sein du résultat opérationnel courant mais après dépréciations sur actif courant.

En millions d'euros	2019	2018
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	30,5	33,7
Dotations aux amortissements et dotations nettes aux provisions	21,7	21,5 *
Dotations aux amortissements sur droits d'utilisation <sup>(1)</sup>	8,6	0,0
Dotation (Reprise) aux provisions pour IDR inscrite en charges de personnel	1,0	0,7
<b>EBITDA</b> hors échanges	<b>61,8</b>	<b>55,9</b>

<sup>(1)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

\* Jusqu'à la clôture de l'exercice 2018, la variation des provisions s'entendait hors reprises de provisions utilisées (portées en déduction de la charge supportée). Tel n'est plus le cas à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019. Afin de faciliter la comparabilité des données, des reclassements ont été opérés ; ils conduisent à minorer le montant des dotations nettes aux provisions de 1,2 M€ au 31 décembre 2018.

iii **Excédent net de trésorerie** :

En millions d'euros	Au 31 déc 2019	Au 31 déc 2018
Trésorerie et équivalents de trésorerie	229,5	221,5
Passifs financiers liés aux opérations de financement du Groupe	(16,0)	(22,9)
Obligations locales <sup>(1)</sup>	(33,7)	
<b>Excédent net de trésorerie</b>	<b>179,8</b>	<b>198,6</b>

<sup>(1)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

iv **Hors échanges** :

En millions d'euros	2019 <sup>(1)</sup>	2018	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	386,2	392,3	-1,6%
Chiffre d'affaires sur échanges	20,4	18,7	+9,1%
Chiffre d'affaires	406,6	411,0	-1,1%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	30,5	33,7	-9,5%
Résultat Opérationnel Courant sur échanges	(2,1)	(1,4)	-50,0%
Résultat Opérationnel Courant	28,4	32,3	-12,1%

<sup>(1)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

v **Free cash-flow** :

En millions d'euros	2019	2018
Marge brute d'Autofinancement avant résultat financier et charge d'impôt	60,7	55,6
Dont impact IFRS 16 sur Marge brute d'Autofinancement <sup>(1)</sup>	8,8	
Variation du Besoin en Fonds de Roulement lié à l'activité (hors impôts sur le résultat)	6,8	21,2
Dont impact IFRS 16 sur variation du BFR <sup>(1)</sup>	0,0	
Impôts sur le résultat remboursés (+) / versés (-)	(12,0)	(8,0)
<b>Flux nets de trésorerie générés par l'activité (A)</b>	<b>55,5</b>	<b>68,8</b>
<b>Flux nets de trésorerie affectés aux opérations d'investissement (B)</b>	<b>(20,6)</b>	<b>(50,3)</b>
<b>Free cash flow (A)+(B)</b>	<b>34,9</b>	<b>18,5</b>

<sup>(1)</sup> Les comptes de l'exercice 2019 sont établis en appliquant pour la première fois la norme IFRS 16 (utilisation de la méthode rétrospective simplifiée, sans retraitement des chiffres de l'exercice précédent).

## Sources :

- (1) Hors échanges : cf. annexe iv.
- (2) Médiamétrie, 126 000 radio, NRJ Global, L-V, 25-49 ans, 5h-24h, évolution de la PDA novembre-décembre 2019 de 18,2% vs novembre-décembre 2018 de 15,9%. Evolution en points.
- (3) MA 2019 Radio II - base population germanophone 14 ans et + - Lundi/Vendredi. Progression par rapport à la vague MA 2018 Radio II- base population germanophone 14 ans et + - Lundi/Vendredi. Les stations contrôlées majoritairement et commercialisées par le Groupe (ENERGY CITY KOMBI + ENERGY Région de Stuttgart) sont écoutées par 250 000 auditeurs par heure moyenne, en hausse de 23,2 % par rapport à la même vague de l'année dernière. ENERGY CITY KOMBI = ENERGY Berlin + ENERGY Hambourg + ENERGY Munich + ENERGY Nuremberg.
- (4) CIM Radio Septembre-décembre 2019 – Lundi-Dimanche – 0h-24h. Evolution par rapport à CIM Radio – septembre-décembre 2018 – Lundi-Dimanche – 0h-24h. En Belgique, selon la dernière mesure d'audience, NRJ progresse sur tous les indicateurs-clés, avec une part de marché de 6,1%, en hausse de 19,6% par rapport à la même vague de l'année précédente. En audience quotidienne, NRJ poursuit son recrutement puisque ce sont 76 000 nouveaux auditeurs qui nous ont rejoints, soit un total de 375 825 auditeurs quotidiens, à comparer à 299 764 il y a un an.
- (5) TNS SIFO PPM/2019 Lundi-Dimanche - Cible 12 ans et plus. Evolution par rapport à TNS SIFO PPM/2018. Sur l'année 2019, NRJ a réuni en moyenne 716 000 auditeurs quotidiens, en hausse de 18,7 % par rapport à l'année 2018. NRJ enregistre une part d'audience de 13,4 % en hausse de 24,1% par rapport à l'année 2018.
- (6) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 10 905 000 auditeurs par jour et 18 575 000 auditeurs par semaine.
- (7) Panel Médiamétrie 2018-2019, couverture semaine 1, L-D, 5H 24, 13 ans et plus.
- (8) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, NRJ, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 5 219 000 auditeurs par jour.
- (9) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h (NRJ), 6h00-9h30 (MANU DANS LE 6/9), 16h00-20h00 (C'CAUET), AC.
- (10) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, NOSTALGIE, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 3 236 000 auditeurs par jour.
- (11) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, CHERIE FM, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 1 927 000 auditeurs par jour.
- (12) Médiamétrie, 126 000 radio, 2019, RIRE ET CHANSONS, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 1 541 000 auditeurs par jour.
- (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, Internautes 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 (dont produits alimentaires), 15 ans et +.
- (18) Kantar Media TGI, octobre 2019, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services (dont produits alimentaires), 15 ans et +. Evolution versus octobre 2018.
- (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, 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 : FR000121691 ; 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