



Paris, le 31 mars 2021 - 18h15
Résultats annuels 2020 - NRJ Group

- **Résultat Opérationnel Courant⁽¹⁾ positif grâce aux économies de coûts**
- **Résultat net part du Groupe de 40 M€ en hausse de 84,3%**
- **Capitaux propres part du Groupe renforcés à 644,7 M€**
- **Dividende proposé de 0,21 € par action**

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni le 31 mars 2021, a arrêté les comptes consolidés et annuels de l'exercice 2020.

En millions d'euros	2020	2019	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	324,8	386,2	-15,9%
EBITDAⁱⁱ hors échanges	36,5	61,8	-40,9%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,0	30,5	-90,2%
Résultat opérationnel	3,0	28,2	-89,4%
Résultat financier	41,1	2,2	N.A
Résultat net part du Groupe	40,0	21,7	+84,3%

En millions d'euros	Au 31 déc 2020	Au 31 déc 2019	Variation
Excédent net de trésorerieⁱⁱⁱ	248,9	179,8	+38,4%
Capitaux propres part du Groupe	644,7	604,8	+6,6%

En 2020, pénalisé par la crise sanitaire et ses conséquences économiques, le Groupe enregistre sur ses activités média une baisse de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 59,0 M€ (-18,4%), avec un point bas atteint au 2^{ème} trimestre 2020 (-44,4%).

Dans ce contexte exceptionnel et inédit, NRJ Group a, dès le mois de mars 2020 :

- mis en place une nouvelle organisation, qui tout en préservant en priorité la santé des collaborateurs, a permis de délivrer les prestations attendues par les auditeurs, les téléspectateurs et les clients ;
- proposé aux annonceurs des solutions dédiées à leurs besoins de communication spécifiques à cette période ;
- mis en œuvre un plan de réduction des charges et des investissements du Groupe afin de répondre à la baisse brutale du chiffre d'affaires.

Les économies de coûts en Radio, Télévision et sur les Autres activités s'élèvent ainsi à 31,8 M€ et absorbent près de 54% de la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ média. La crise sanitaire de la Covid-19 n'a pas impacté le chiffre d'affaires⁽¹⁾ et la rentabilité du pôle Diffusion en 2020, même si elle a ralenti le rythme des travaux des nouveaux sites.

Malgré les conséquences économiques extraordinaires de la crise sanitaire, le Groupe parvient, grâce à son action, à dégager un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ positif de 3,0 M€ mais en forte baisse par rapport à celui de 2019 qui s'élevait à 30,5 M€. Cette baisse a été essentiellement enregistrée durant le 1^{er} semestre 2020 en raison de la chute particulièrement brutale du chiffre d'affaires⁽¹⁾ média de cette période. Au second semestre la baisse est

beaucoup plus limitée. Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du Groupe au second semestre 2020 est de 16,9 M€ à comparer à 19,9 M€ pour la même période de 2019.

Grâce à la plus-value réalisée à la suite de la cession de la participation minoritaire de NRJ Group dans Euro-Information Telecom, le résultat financier enregistre une hausse de 38,9 M€, portant le résultat net part du Groupe à 40,0 M€, à comparer avec 21,7 M€ pour l'exercice 2019.

Le free cash-flow^{iv} dégagé sur l'exercice 2020 par le Groupe s'élève à 29,0 M€ et au 31 décembre 2020, le Groupe présente un excédent net de trésorerieⁱⁱⁱ de 282,6 M€, qui après application de la norme IFRS 16 et prise en compte de 33,7 M€ d'obligations locatives, s'établit à 248,9 M€.

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

En millions d'euros	2020	2019	Variation
Radio	191,5	236,7	-19,1%
Télévision	70,7	84,5	-16,3%
Diffusion	62,6	65,0	-3,7%
Chiffre d'affaires hors échanges	324,8	386,2	-15,9%
Radio	14,1	34,3	-58,9%
Télévision	(26,3)	(19,1)	-37,7%
Diffusion	16,4	16,7	-1,8%
Autres activités	(1,2)	(1,4)	+14,3%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,0	30,5	-90,2%

RADIO

En 2020, face à une crise sanitaire sans précédent par sa durée et par sa gravité, les radios du Groupe ont démontré la forte réactivité du média Radio en adaptant rapidement leur offre de programmes et de contenus pour accompagner leurs auditeurs dans cette période exceptionnelle et inédite, et se sont mobilisées au travers de nombreuses actions de solidarité, relayées sur les sites et applications mobiles du Groupe, au profit des auditeurs et du personnel soignant.

Grâce aux valeurs fondamentales de ses marques qui sont fédératrices et proches des Français, le Groupe conserve en France son leadership sur les cibles privilégiées des annonceurs et se positionne comme la 1^{ère} offre radio de France sur les 25-49 ans⁽²⁾ et sur les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans⁽²⁾. NRJ Group enregistre une PDA de 17,8%⁽³⁾ sur la cible des 25-49 ans et une PDA de 20,0%⁽³⁾ sur les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans. **Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par 10,1 millions⁽⁴⁾ d'auditeurs.**

- NRJ rassemble 4,8 millions d'auditeurs quotidiens⁽⁵⁾ et confirme sa place de **1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans⁽⁶⁾**, MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les moins de 60 ans⁽⁷⁾, et C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Drive Time de France sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽⁷⁾.
- NOSTALGIE confirme sa place de 2^{ème} Radio musicale de France⁽⁸⁾, écoutée par plus de 3,1 millions d'auditeurs⁽⁹⁾ chaque jour.
- CHERIE FM, la radio la plus féminine de France⁽¹⁰⁾, est écoutée chaque jour par près de 1,9 million d'auditeurs⁽¹¹⁾ et,
- RIRE ET CHANSONS, la radio la plus masculine des radios musicales⁽¹²⁾, rassemble plus de 1,2 million d'auditeurs quotidiens⁽¹³⁾.

Alors que 2020 se caractérise par une progression des usages sur internet, NRJ Group est, avec ses programmes déclinés sur tous les supports digitaux, **le 1^{er} groupe privé sur l'audio : 1^{er} groupe privé de radios digitales⁽¹⁴⁾, groupe radio leader sur les enceintes connectées⁽¹⁵⁾ et 1^{er} groupe sur le e-commerce⁽¹⁶⁾. NRJ rassemble chaque semaine près de 6 millions d'auditeurs qui achètent des produits ou des services en ligne⁽¹⁶⁾. NRJ est également 1^{ère} radio privée de France sur l'écoute des podcasts⁽¹⁷⁾.**

Dans le contexte exceptionnel de la pandémie de Covid-19, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Radio s'élève à 191,5 M€ sur l'exercice 2020, soit une baisse de 19,1% par rapport à l'exercice 2019 (dont -20,4% en France et -13,9% à l'international). En Allemagne, en Autriche et en Belgique, les mesures sanitaires locales se sont traduites par des baisses de chiffre d'affaires⁽¹⁾ respectives de 16,4%, 9,1% et 18,1%. Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ (non publicitaire) des partenariats en Suède et Finlande ne subit pas les conséquences de la crise de la Covid-19.

Face à la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Radio, le Groupe a fait preuve d'agilité en réalisant des économies de coûts de 25 M€ (soit 55% de la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾), ce qui permet au pôle Radio d'afficher un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de 14,1 M€, en baisse de 20,2 M€ par rapport au 34,3 M€ de l'exercice 2019. Cette baisse du résultat opérationnel courant⁽¹⁾ est essentiellement concentrée sur le premier semestre 2020, puisqu'au second semestre, malgré la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 13,4 M€, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Radio s'établit à 20,8 M€, en baisse limitée à 2,1 M€ par rapport à la même période de 2019.

Les mesures sanitaires mises en place dans le cadre de la pandémie ont particulièrement pesé sur les activités locales et événementielles en France. Qu'il s'agisse des mesures de confinement de mars 2020, qui ont entraîné la fermeture des radios locales et de la régie publicitaire en région pendant 8 semaines, ou des restrictions sanitaires qui ont suivi, elles ont eu pour conséquence un arrêt quasiment total des activités événementielles et des animations en point de vente. En 2020, ces mesures exceptionnelles pèsent défavorablement sur la rentabilité du pôle Radio pour ses activités locales et événementielles en France à hauteur de 10,1 M€, soit 50% de la baisse totale du résultat opérationnel courant⁽¹⁾ enregistrée en 2020 par le pôle dans son ensemble en comparaison avec l'exercice 2019.

Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de la Radio à l'international baisse de 3,0 M€ en 2020 par rapport à 2019.

TÉLÉVISION

Dans la situation inédite liée à la crise sanitaire, la consommation du média TV enregistre en 2020 un niveau très élevé. Le besoin fort en information des téléspectateurs a nettement profité aux 4 chaînes d'information qui ont vu leur part d'audience tout public progresser de 38%⁽¹⁸⁾ en un an (+1,7 point sur l'ensemble du public). Dans ce contexte, le pôle TV du Groupe enregistre en 2020 les parts d'audience suivantes : 2,4%⁽¹⁹⁾ sur l'ensemble du public, 2,7%⁽¹⁹⁾ sur les 25-49 ans et 3,2%⁽¹⁹⁾ sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans. CHERIE 25 renouvelle son record historique d'audience sur la Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans avec 1,3%⁽²⁰⁾. **Chaque jour, les chaînes NRJ 12 et CHERIE 25 sont regardées par près de 8,5 millions de spectateurs⁽²¹⁾.**

Compte tenu de la crise de la COVID-19, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV s'élève à 70,7 M€ pour les 12 mois de l'exercice, en retrait de 16,3% par rapport à la même période de l'exercice précédent mais avec une croissance de +4,1% au 2nd semestre.

Les économies de coûts du pôle s'élèvent à 6,6 M€ pour l'exercice 2020. Elles permettent de diminuer l'impact de la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ à hauteur de 48% et d'afficher un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ à -26,3 M€, en baisse de 7,2 M€ par rapport à celui de l'exercice 2019 avec une amélioration de +1,8% au second semestre 2020.

DIFFUSION

En 2020, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ réalisé par le pôle Diffusion s'élève à 62,6 M€, en retrait de 2,4 M€ (-3,7%) par rapport à 2019. Pour rappel, towerCast avait enregistré en 2019 des revenus liés à des prestations ponctuelles de réaménagement de fréquences TNT qui avaient pris fin au 30 juin 2019. Corrigé de cet élément, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Diffusion affiche une croissance de près de +5% sur les 12 mois de l'exercice 2020.

Les parts de marché de towerCast continuent de progresser en 2020, tant en TNT (+0,9 point à 25,9%) qu'en FM (+1,1 point à 25,6%). towerCast a continué d'investir dans ses infrastructures afin d'une part, de maintenir et de renforcer la performance et la compétitivité de son offre alternative aux éditeurs de radio et de télévision et, d'autre part, de réduire sa propre dépendance vis-à-vis de l'opérateur historique dominant TDF. En 2020, malgré le ralentissement du rythme des travaux lié au contexte sanitaire, towerCast a construit 27 nouveaux sites en substitution à des implantations chez des tiers (23 sites TDF et 5 autres sites fermés) opérant dorénavant sur 840 sites.

L'exercice 2020 du pôle est marqué par des économies de charges réalisées au 1^{er} semestre, liées d'une part au confinement du printemps et d'autre part au report de certains projets. Ainsi malgré l'absence des prestations ponctuelles, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle est quasi stable et s'élève à 16,4 M€ en 2020 à comparer avec 16,7 M€ en 2019.

Structure financière, Dividende et Programme de rachat d'actions

Au 31 décembre 2020 les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 644,7 M€, en progression de 39,9 M€, pour un total de bilan de 856,6 M€.

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée Générale des actionnaires du 20 mai prochain le versement d'un dividende de 0,21 euro par action au titre de l'exercice fiscal 2020 dont le détachement est attendu le 15 juin 2021 et le paiement le 17 juin 2021. Le Conseil d'administration de NRJ Group proposera par ailleurs à l'Assemblée Générale d'autoriser un nouveau programme de rachat d'actions.

Evolution récente et Perspectives

Dans un environnement sanitaire et économique qui demeurera incertain en 2021, le Groupe continuera à s'adapter au mieux aux évolutions conjoncturelles comme il l'a fait en 2020, tout en poursuivant son développement de la manière suivante :

Pôle Radio

- Fort de ses 4 marques complémentaires, de leur forte image de marque, ainsi que de son expertise du secteur, 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, le Groupe poursuivra également en 2021 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.

Pôle TV

- 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.
- Le Groupe explorera également différentes options qui pourraient favoriser notamment, au terme de la crise actuelle de la Covid-19, le développement du pôle TV.

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.

Informations complémentaires :

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

Il est prévu de rendre disponible le Document d'enregistrement universel 2020 sur le site internet du Groupe www.nrjgroup.fr, au plus tard le 9 avril 2021.

Prochain rendez-vous : Publication de l'information financière du 1^{er} trimestre 2021, le 5 mai 2021 (après Bourse).

ANNEXES

ⁱ Hors échanges :

En millions d'euros	2020	2019	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	324,8	386,2	-15,9%
Chiffre d'affaires sur échanges	11,4	20,4	-44,1%
Chiffre d'affaires	336,2	406,6	-17,3%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,0	30,5	-90,2%
Résultat Opérationnel Courant sur échanges	0,9	(2,1)	N.A
Résultat Opérationnel Courant	3,9	28,4	-86,3%

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

En millions d'euros	2020	2019
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,0	30,5
Dotations aux amortissements et dotations nettes aux provisions	32,5	30,3
Dotation (Reprise) aux provisions pour IDR inscrite en charges de personnel	1,0	1,0
EBITDA hors échanges	36,5	61,8

iii **Excédent net de trésorerie** :

En millions d'euros	Au 31 déc 2020	Au 31 déc 2019
Trésorerie et équivalents de trésorerie	294,4	229,5
Passifs financiers liés aux opérations de financement du Groupe	(11,8)	(16,0)
Obbligations locatives	(33,7)	(33,7)
Excédent net de trésorerie	248,9	179,8

iv **Free cash- flow** :

En millions d'euros	2020	2019
Marge brute d'Autofinancement avant résultat financier et charge d'impôts	39,3	60,7
Variation du Besoin en Fonds de Roulement lié à l'activité (hors impôts sur le résultat)	10,3	6,8
Impôts sur le résultat remboursés (+) / versés (-)	(6,0)	(12,0)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité (A)	43,6	55,5
Flux nets de trésorerie affectés aux opérations d'investissement (B)	(14,6)	(20,6)
Free cash flow (A)+(B)	29,0	34,9

Sources :

- (1) Hors échanges : cf. annexe 1.
- (2) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, AC, QHM et PDA.
- (3) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ Global, L-V, 5h-24h, cibles citées, PDA.
- (4) Médiamétrie, 126 000 radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 10 100 000 auditeurs.
- (5) Médiamétrie, 126 000 radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 4 818 000 auditeurs.
- (6) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, AC.
- (7) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10) et 13-64 ans, 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.
- (8) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NOSTALGIE, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (9) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », NOSTALGIE, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 3 127 000 auditeurs.
- (10) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », CHERIE FM, L-V, femmes, 5h-24h, structure de l'AC et du QHM.
- (11) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », CHERIE FM, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 1 870 000 auditeurs.
- (12) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », RIRE & CHANSONS, L-V, hommes, 5h-24h, structure de l'AC et du QHM.
- (13) Médiamétrie, 126 000 Radio, cumul année 2020 hors « mai-juin post confinement », RIRE & CHANSONS, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 1 248 000 auditeurs.
- (14) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2020, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 33 141 568 sessions d'écoutes actives.
- (15) 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).
- (16) Kantar Media TGI, Octobre 2020, stations écoutées 8 derniers jours, usage d'internet pour des achats de produits ou services, 15 ans et +.
- (17) Médiamétrie, Global Radio, Sept-Oct 2020, Audience Cumulée, 5h-24h, 13 ans et plus, L-V, AC en différé.
- (18) Médiamétrie-Médiamat, Agrégat chaînes Info (global)= BFM TV, CNEWS, LCI, Franceinfo : PDA en jour de vision, 4+, 03h-27h, LàD, 2020 vs 2019, évolution en %, 6,2% en 2020 vs 4,5% en 2019 soit +1,7 point.
- (19) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, Année 2020.
- (20) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, cible citée, 03h-27h, LàD, Année 2020.
- (21) Médiamétrie-Médiamat, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+, 03h-27h, LàD, Année 2020, TCE = 8 478 000 téléspectateurs (seuil de 10 secondes consécutives).

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