



Paris, le 23 avril 2013

Information financière du 1^{er} trimestre 2013

Chiffre d'affaires consolidé Groupe du 1^{er} trimestre 2013 de 96,5 millions d'euros, en hausse de 12,1%

- Poursuite de la forte progression de l'audience de la radio NRJ (vague Médiamétrie publiée en avril 2013),
- Records d'audience en télévision pour NRJ12 et premiers résultats d'audience encourageants de CHERIE 25 (audience TV sur cibles - Médiamat de mars 2013),
- Croissance de l'activité à l'International,
- Succès de la nouvelle comédie musicale « 1789 Les Amants de la Bastille » en Province,
- Croissance solide de l'activité de Diffusion.

3 mois au 31 mars (en millions d'euros)	2013	2012	Variation
Média Musicaux et Événementiel	44,9	44,5	+0,9%
Télévision	19,1	19,8	-3,5%
Activités Internationales	9,8	9,3	+5,4%
Spectacles et Autres Productions	9,7	0,7	+1286%
Diffusion	13,0	11,8	+10,2%
Chiffre d'affaires hors échanges dissimilaires	96,5	86,1	+12,1%
Echanges dissimilaires	0,8	0,7	+14,3%
Chiffre d'affaires y/c échanges dissimilaires	97,3	86,8	+12,1%

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe (hors échanges dissimilaires) au 1^{er} trimestre 2013 s'élève à 96,5 millions d'euros contre 86,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2012, en hausse de 12,1% (+12,1% à périmètre comptable et taux de change comparables).

Le chiffre d'affaires des activités purement média en France (radio, internet et télévision) a progressé quant à lui de 0,5% entre le 1^{er} trimestre 2012 et le 1^{er} trimestre 2013.

Au premier trimestre 2013, le chiffre d'affaires du **pôle Média Musicaux et Événementiel** s'est élevé à 44,9 millions d'euros contre 44,5 millions d'euros au premier trimestre 2012, en progression de 0,9%. Pour la seule activité de radio, le chiffre d'affaires est en hausse de 1,2% malgré un contexte de marché difficile (+4,2% à données comparables, c'est-à-dire hors chiffre d'affaires réalisé avec la radio MFM suite à l'expiration du contrat de régie publicitaire fin 2012).

La dernière vague de mesure d'audience de la radio sur la période janvier-mars 2013 publiée par Médiamétrie a confirmé la forte progression d'audience de la station NRJ : avec un gain de **411 000 nouveaux auditeurs quotidiens gagnés** en un an¹, NRJ signe ainsi **la plus forte progression annuelle des stations privées** en audience cumulée et la 11^{ème} vague consécutive de progression de part d'audience d'une année sur l'autre². NRJ affiche à nouveau des **progressions sur l'ensemble des indicateurs** mesurés par Médiamétrie³ ainsi que sur **toutes les tranches de sa grille d'antenne**⁴.

Au total, avec les radios NRJ, NOSTALGIE, CHERIE FM et RIRE et CHANSONS, NRJ GROUP rassemble près de **12,2 millions d'auditeurs quotidiens**⁵, soit **312 000 nouveaux auditeurs** quotidiens recrutés en 1 an¹. NRJ GROUP est ainsi le 1^{er} groupe radio privé de France en nombre d'auditeurs.

Source : Médiamétrie 126 000 Radio, Janvier-Mars 2013, Lundi à Vendredi, 13 ans et plus, 5h-24h:

¹ Evolution annuelle de l'Audience Cumulée en milliers

² Progression de la Part d'Audience d'une année sur l'autre sur 11 vagues consécutives annuelles de Novembre-Décembre 2010 à Janvier-Mars 2013

³ Progressions annuelles de l'Audience Cumulée, de la Part d'Audience, du Quart d'Heure Moyen et de la Durée d'Ecoute

⁴ Progressions annuelles du Quart d'Heure Moyen 6h-9h, 9h-21h, 21h-24h, 24h-3h

⁵ Audience Cumulée NRJ GROUP : 12 179 000 auditeurs quotidiens

En **Télévision**, le chiffre d'affaires s'est élevé à 19,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013 à comparer à 19,8 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2012, soit une baisse de -3,5% dans un marché publicitaire toujours très difficile en télévision (-8,6% à données comparables, c'est-à-dire hors chiffre d'affaires enregistré au titre de CHERIE 25).

En termes d'audience, sur le début de l'année 2013, NRJ 12 poursuit sa stratégie volontariste de ciblage et **progresses en un an sur les cibles prioritaires**, particulièrement sur **les 25-49 ans avec +11%** de part d'audience et sur les **femmes responsables des achats de moins de 50 ans avec +44%** de part d'audience. En outre, la chaîne progresse également sur l'ensemble du public avec une part d'audience de 2,4% à date sur 2013. **La chaîne réunit chaque jour près de 9,7 millions de téléspectateurs**⁶.

En mars 2013, NRJ 12 se hisse sur la **première marche du podium** des chaînes TNT sur la cible clé des femmes responsables des achats de moins de 50 ans avec une part d'audience record de 4,1% auprès de ce public⁷.

La progression de NRJ 12 s'appuie notamment sur son Access Prime Time puissant avec « Les Anges de la Télé Réalité 5 » et le magazine présenté par Jean-Marc Morandini « Vous Etes en Direct ». L'Access Prime Time affiche, en un an⁸, une **progression de 72%** sur l'ensemble du public, de **92% sur les 25-49 ans** et de **232% sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans**. « Les Anges de la Télé Réalité 5 » réalise en moyenne une audience record **supérieure à un million de téléspectateurs chaque jour**, positionnant NRJ 12 **première chaîne nationale** sur les 15-24 ans, **deuxième chaîne nationale** sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans et **troisième chaîne nationale** sur les 25-49 ans⁹.

Concernant CHERIE 25, le Groupe rappelle que les premiers résultats d'audience de la chaîne dévoilés en mars 2013 sont particulièrement encourageants, avec **60% du public de la chaîne composé de femmes de 15 ans et plus** et 0,4% de part d'audience sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans¹⁰.

Le chiffre d'affaires du **pôle Activités Internationales** s'élève à 9,8 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013 contre 9,3 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2012, soit une hausse de 5,4% (+5,4% à périmètre comptable et taux de change comparables), portée par la croissance de l'activité en Allemagne.

Le chiffre d'affaires du **pôle Spectacles et Autres Productions** s'est élevé à 9,7 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013 contre 0,7 million d'euros au 1^{er} trimestre 2012 grâce au succès de la comédie musicale « 1789 Les amants de la Bastille ».

Enfin, le **pôle Diffusion** du Groupe continue d'enregistrer une forte croissance de son chiffre d'affaires compte tenu de son développement sur le marché de la diffusion en FM et surtout en TNT. La contribution du pôle au chiffre d'affaires consolidé atteint 13,0 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2013 à comparer à 11,8 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2012, soit une progression de 10,2%.

Commentaire sur les conditions de formation du résultat au 1^{er} trimestre 2013

Au cours du 1^{er} trimestre 2013, la hausse des charges opérationnelles du Groupe est essentiellement liée au développement du pôle Télévision avec la nouvelle chaîne CHERIE 25 et à l'impact de la comédie musicale.

Hors pertes liées au développement de la nouvelle chaîne nationale gratuite CHERIE 25, le résultat opérationnel courant consolidé (hors opérations d'échanges dissimilaires) progresse entre le 1^{er} trimestre 2012 et le 1^{er} trimestre 2013.

Evolution récente

Sur les 3 premières semaines du mois d'avril 2013, le Groupe a enregistré une progression de ses recettes publicitaires en France par rapport à la même période du mois d'avril 2012.

Sources : Médiamétrie - Médiamat

⁶ Audiences du 1er janvier au 15 avril 2013 vs 1er janvier au 15 avril 2012, Lundi à Dimanche, 03h00-27h00

⁷ Mois Mars 2013 Médiamat, Lundi à Dimanche, 03h00-27h00

⁸ Access Prime Time = 17h30-20h00, audiences du 1er janvier au 15 avril 2013 vs 1er janvier au 15 avril 2012, Lundi à Vendredi

⁹ Episodes inédits diffusés en Access Prime Time du lundi au vendredi

¹⁰ Médiamétrie, Médiamat, CHERIE 25, Audiences consolidées du 31/12/2012 au 03/03/2013, Base 4+ initialisés à CHERIE 25, Lundi à Dimanche, 3h-27h, TME PDA et Structure du Taux Moyen

Récapitulatif des informations importantes publiées au cours de 1^{er} trimestre 2013

- Publication du chiffre d'affaires annuel 2012 (communiqué de presse du 4 février 2013),
- Publication des résultats annuels 2012 (communiqué de presse du 19 mars 2013),

A propos de NRJ GROUP

NRJ GROUP est l'un des principaux groupes de média privés français et un acteur international implanté dans 22 autres pays, soit par le biais d'implantations directes, soit via des contrats de licence de marque NRJ/ENERGY, première marque radio internationale, et/ou NOSTALGIE/NOSTALGIA. En France, le Groupe est leader sur le marché privé de la radio et l'un des nouveaux acteurs du marché de la télévision. Le Groupe est également un acteur grandissant du marché de la diffusion hertzienne à travers sa filiale towerCast, 2^{ème} opérateur sur le marché français de la diffusion. NRJ GROUP exerce les métiers d'éditeur, de producteur, de diffuseur et assure la commercialisation de ses propres espaces média. Depuis plusieurs années, il s'appuie sur la force de son média radio et de ses marques NRJ, NOSTALGIE, CHERIE FM, RIRE & CHANSONS, sur son expertise marketing et sa puissance commerciale pour déployer de nouveaux médias, notamment en Télévision, ainsi que des activités connexes en partenariat comme la Téléphonie Mobile afin de suivre et d'anticiper les évolutions de consommation et de proposer une offre publicitaire élargie à ses clients.

*L'action NRJ GROUP est cotée sur le marché Euronext à Paris (compartiment B).
Codes - ISIN : FR00012169; Reuters : SONO.PA; Bloomberg : NRG FP.*

Le Groupe tiendra son Assemblée Générale le 28 mai 2013 à son siège social

Information analystes et investisseurs

NRJ GROUP – Communication Financière, 46-50 avenue Théophile Gautier 75016 Paris
Frédéric PATUREAU - Tel : + 33 1 40 71 78 05
www.nrjgroup.fr

NRJ GROUP - Société anonyme au capital de 810 815,35 euros – SIREN 332 036 128 RCS PARIS
Siège social : 22 rue Boileau 75 016 Paris