



Paris, le 3 novembre 2021 - 17h45
Information financière du 3^{ème} trimestre 2021 - NRJ Group

- **Net rebond des activités média de NRJ Group au 3^{ème} trimestre 2021**
 - **Poursuite de la belle dynamique pour les activités Diffusion**

En millions d'euros	3 ^{ème} trimestre			Cumul 9 mois		
	2021	2020	Variation	2021	2020	Variation
Radio	51,9	50,4	+3,0%	144,2	131,1	+10,0%
Télévision	18,7	16,9	+10,7%	57,6	46,8	+23,1%
Diffusion	16,6	15,7	+5,7%	49,3	46,7	+5,6%
Chiffre d'affaires hors échanges	87,2	83,0	+5,1%	251,1	224,6	+11,8%
Chiffre d'affaires sur échanges	3,8	2,9	+31,0%	7,9	7,7	+2,6%
Chiffre d'affaires	91,0	85,9	+5,9%	259,0	232,3	+11,5%

NRJ Group enregistre au 3^{ème} trimestre 2021 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 87,2 M€ en hausse de 5,1% par rapport au 3^{ème} trimestre 2020. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges des 9 premiers mois de l'exercice 2021 s'établit à 251,1 M€ en hausse de 11,8% par rapport à la même période en 2020.

Selon l'étude Cross Médias⁽¹⁾, ce sont plus de 8 français sur 10 qui se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe NRJ.

RADIO

La reprise amorcée en mars 2021 par le pôle Radio se poursuit au 3^{ème} trimestre 2021. Le chiffre d'affaires⁽²⁾ du principal pôle d'activité du Groupe s'élève à 51,9 M€, en augmentation de 3,0% par rapport au 3^{ème} trimestre 2020. Cette croissance du pôle Radio au 3^{ème} trimestre 2021 ne lui permet toutefois pas de retrouver encore son chiffre d'affaires⁽²⁾ du 3^{ème} trimestre 2019, qui reste supérieur de 3,2 M€.

Au 3^{ème} trimestre 2021, la Radio à l'international enregistre une croissance de 6,8% de son chiffre d'affaires⁽²⁾. En France le chiffre d'affaires⁽²⁾ de la Radio locale est en hausse de 9,4% et celui de la Radio nationale est quasiment stable. Le 3^{ème} trimestre est habituellement une période où les événements tels que la tournée d'été et les animations en point de vente contribuent fortement au chiffre d'affaires⁽²⁾ de l'activité Radio en France. Malgré une légère amélioration par rapport à l'exercice précédent, le chiffre d'affaires⁽²⁾ événements et animations en point de vente reste inférieur de près de 2,3 M€ (-61%) sur la période en comparaison avec celui du 3^{ème} trimestre 2019. Cependant, depuis début septembre 2021, le Groupe se réjouit d'avoir retrouvé son public en concert grâce notamment au retour des NRJ Music Tour, tant en France qu'en Belgique et en innovant avec un concert éco-citoyen NRJ Green Live à Aix en Provence à l'occasion du World Cleanup Day.

NRJ Group dispose en France de la 1^{ère} offre radio sur la cible 25-49 ans⁽³⁾ avec notamment une part d'audience de 19,3%⁽³⁾ et de positions de leader solides selon les résultats de la vague d'audience Médiamétrie avril-juin 2021. L'offre éditoriale et de divertissement de NRJ lui permet de se positionner comme 3^{ème} radio en France⁽⁴⁾. NRJ, qui rassemble toutes les générations, est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans, MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les moins de 65 ans et C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Show Radio de France l'après-

midi sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽⁵⁾. Chaque jour, les radios du Groupe sont écoutées par 9,4 millions de Français⁽⁶⁾.

En France, avec ses programmes déclinés sur tous les supports digitaux, NRJ Group est le 1^{er} groupe privé sur l'audio : 1^{er} groupe privé de radios digitales⁽⁷⁾ et le groupe radio le plus écouté sur les enceintes connectées⁽⁸⁾. NRJ se positionne comme la radio n°1 sur le e-commerce⁽⁹⁾ et rassemble chaque semaine près de 5,1 millions d'auditeurs qui achètent en ligne⁽⁹⁾. NRJ est également 1^{ère} radio privée de France sur l'écoute des podcasts⁽¹⁰⁾.

Au 3^{ème} trimestre 2021, le Groupe a accéléré son développement dans l'univers du podcast avec la signature d'un partenariat stratégique avec iHeartMedia, le leader mondial du podcast. Après celui noué avec la solution française Audiomeans, ce nouvel accord permet à NRJ Group d'enrichir significativement son offre de contenus et de renforcer son positionnement comme la référence sur l'audio.

Sur les 9 premiers mois de 2021, le chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle Radio s'élève à 144,2 M€ en croissance de 10,0% par rapport aux 9 premiers mois de 2020.

TÉLÉVISION

En 2021, les Français conservent un lien fort avec la télévision, puisque la durée moyenne d'écoute (DEI⁽¹¹⁾) s'élève chez les 4 ans et plus au 3^{ème} trimestre à 3h18mn (stable sur un an mais en hausse de 16 minutes par rapport au 3^{ème} trimestre 2019) et sur les 9 premiers mois à 3h36mn (en baisse sur un an mais en hausse de 16 minutes par rapport à la même période de 2019). A fin septembre 2021, la part d'audience cumulée des deux chaînes gratuites de NRJ Group (NRJ 12 + Chérie 25) s'établit à 2,4%⁽¹²⁾ sur l'ensemble du public comme sur la cible 25-49 ans et à 2,8%⁽¹²⁾ sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans. Chérie 25 a enregistré en août une part d'audience historique auprès de l'ensemble du public de 1,4%⁽¹³⁾.

Le chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle TV du Groupe est en forte croissance de 10,7% au 3^{ème} trimestre 2021, porté par un marché publicitaire dynamique. Cette progression provient de chacune des trois chaînes du Groupe et notamment de la très bonne performance commerciale de Chérie 25. Au 3^{ème} trimestre 2021, le chiffre d'affaires⁽²⁾ progresse également très fortement de 14,0% par rapport à celui du 3^{ème} trimestre 2019.

Le chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle TV s'élève à 57,6 M€ pour les 9 premiers mois de l'exercice, en hausse de 23,1% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

DIFFUSION

Au 3^{ème} trimestre de l'exercice 2021, le pôle Diffusion confirme sa dynamique commerciale avec un chiffre d'affaires⁽²⁾ en hausse de 5,7% par rapport à celui du 3^{ème} trimestre 2020 à 16,6 M€.

A fin septembre 2021, le chiffre d'affaires⁽²⁾ du Pôle s'élève à 49,3 M€ et affiche ainsi une progression de 5,6% par rapport à la même période de 2020. Cette évolution s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

Perspectives :

Dans la continuité du 3^{ème} trimestre, les perspectives de croissance du chiffre d'affaires⁽²⁾ de NRJ Group pour le 4^{ème} trimestre 2021 restent positives. Cependant, depuis plusieurs semaines, certains secteurs font face à des difficultés d'approvisionnement qui pourraient impacter le niveau de leurs investissements publicitaires. Ces contraintes limitent la visibilité du trimestre traditionnellement le plus important de l'exercice pour le Groupe.

Prochain rendez-vous : Publication du chiffre d'affaires de l'année 2021, le 3 février 2022 (après bourse).

Sources :

⁽¹⁾ Étude Cross Médias Vague 2021.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Affimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.

⁽²⁾ Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.

⁽³⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, avril-juin 2021, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC, QHM et PDA.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, avril-juin 2021, NRJ, L-V, 5h-24h, 13 ans et +, AC avec 8,4%. France Inter : 11,3% et RTL : 10,0 %.

⁽⁵⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, avril-juin 2021, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10) et 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.

⁽⁶⁾ Médiamétrie, 126 000 Radio, avril-juin 2021, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 404 000 auditeurs.

⁽⁷⁾ ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Septembre 2021, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 27 539 944 sessions d'écoutes actives.

⁽⁸⁾ Poll&Roll pour NRJ Global, 500 individus âgés de 16 à 70 ans, Mai 2021. 28% des auditeurs radio.

⁽⁹⁾ Kantar Media TGI, Octobre 2021, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.

⁽¹⁰⁾ Médiamétrie, Global Radio, Janvier-mars 2021, 5h-24h, 13 ans et plus, L-V, AC en différé.

⁽¹¹⁾ Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée, 4+, calculée pour l'ensemble de la journée : Durée d'Ecoute par Individu = moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par l'ensemble des individus (y compris celle des non-téléspectateurs).

⁽¹²⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, 9 mois 2021.

⁽¹³⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Chérie 25, 4+, 03h-27h, LàD, août 2021.

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@fficonsulting.com

NRJ GROUP - Société Anonyme au capital de 781 076,21 euros
Siège social : 22, rue Boileau 75016 Paris
332 036 128 RCS PARIS