



Paris, le 3 février 2022 - 17h45  
**Chiffre d'affaires 2021 - NRJ Group**

### Excellent 4<sup>ème</sup> trimestre 2021

- Forte croissance du chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de l'activité radio
- Poursuite de la belle dynamique pour l'activité Télévision
- Concrétisation des succès commerciaux de l'activité Diffusion

En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre			Cumul 12 mois		
	2021	2020	Variation	2021	2020	Variation
Radio	72,1	60,4	+19,4%	216,3	191,5	+13,0%
Télévision	24,4	23,9	+2,1%	82,0	70,7	+16,0%
Diffusion	17,5	15,9	+10,1%	66,8	62,6	+6,7%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>114,0</b>	<b>100,2</b>	<b>+13,8%</b>	<b>365,1</b>	<b>324,8</b>	<b>+12,4%</b>
Chiffre d'affaires sur échanges	5,6	3,7	+51,4%	13,5	11,4	+18,4%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>119,6</b>	<b>103,9</b>	<b>+15,1%</b>	<b>378,6</b>	<b>336,2</b>	<b>+12,6%</b>

NRJ Group enregistre au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 114,0 M€ en forte croissance de 13,8% par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2020 et de 6,3% par rapport à la même période de 2019. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges de l'exercice 2021 s'établit à 365,1 M€ en hausse de 12,4% par rapport à celui de l'exercice 2020. **Cette solide performance est soutenue cette année encore par la force des marques du Groupe. En effet, selon l'étude Cross Médias<sup>(2)</sup>, 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 s'est largement amplifiée au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021 avec une forte croissance par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2020, marqué par des restrictions sanitaires. Le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du principal pôle d'activité du Groupe s'élève à 72,1 M€, en croissance de 19,4% en comparaison du 4<sup>ème</sup> trimestre 2020 et de 4,3% par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre de 2019.

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021, la Radio à l'international enregistre une croissance de 13,7% de son chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> en comparaison avec celui du 4<sup>ème</sup> trimestre 2020. En France le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de la Radio locale est en hausse de 35,8% et celui de la Radio nationale progresse de 15,8% démontrant la pertinence de la stratégie commerciale de NRJ Global, qui avec un positionnement différenciant, est parvenue à accroître la valeur des messages publicitaires sur les 4 radios nationales.

Les résultats de la vague d'audience Médiamétrie novembre-décembre 2021 montrent une progression du média radio avec un gain de 429 000 auditeurs en un an<sup>(3)</sup>. Ce sont désormais 40,8 millions<sup>(4)</sup> de personnes qui écoutent la radio chaque jour. Les radios du Groupe contribuent fortement à cette croissance du média radio puisque leur performance d'audience est supérieure à celle de l'ensemble du média avec une progression de +6% quand le média est à +1% et les radios musicales à +5%<sup>(5)</sup>. **Le Groupe dispose en France de la 1<sup>ère</sup> offre commerciale radio sur la cible 25-49 ans avec une part d'audience de 18,6%<sup>(6)</sup> et de positions de leader solides. NRJ, qui rassemble toutes les générations, est la 1<sup>ère</sup> Radio de France sur les moins de 60 ans<sup>(7)</sup>, MANU DANS LE 6/10 est la 1<sup>ère</sup> matinale de France sur les moins de 55 ans<sup>(8)</sup> et C'CAUET se positionne comme le 1<sup>er</sup> Show Radio de France l'après-midi sur les auditeurs de moins de 65 ans<sup>(9)</sup>. Nostalgie, 2<sup>ème</sup> radio musicale de France<sup>(10)</sup>, confirme son excellente dynamique**

et enregistre un record historique de progression avec 434 000 auditeurs quotidiens recrutés en un an<sup>(11)</sup>. Chérie FM a recruté 29 000 nouveaux auditeurs en un an<sup>(12)</sup> et Rire et Chansons 103 000 nouveaux auditeurs<sup>(13)</sup>, le MORNING DU RIRE voyant sa part d'audience progresser de 25%<sup>(14)</sup>. Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 10,0 millions de Français<sup>(15)</sup>.

En outre, NRJ Group est le groupe privé référent sur l'audio digital en France, avec ses programmes déclinés sur tous les supports digitaux : 1<sup>er</sup> groupe privé de radios digitales<sup>(16)</sup> et groupe radio le plus écouté sur les enceintes connectées<sup>(17)</sup>. NRJ se positionne comme la radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine près de 5,1 millions d'auditeurs qui achètent en ligne<sup>(18)</sup>. En 2021, le Groupe a accéléré son développement dans l'univers du podcast en enrichissant son offre de contenu et en signant un partenariat stratégique avec iHeartMedia. Les écoutes de podcasts du Groupe progressent de 20 %<sup>(19)</sup> en un an.

En 2021, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle Radio s'élève à 216,3 M€ en croissance de 13,0% par rapport à celui de 2020 mais en retrait de 8,6% par rapport au chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> réalisé en 2019 compte tenu de l'impact plus marqué de la crise liée au COVID-19 sur les activités locales et événementielles.

## TÉLÉVISION

En 2021, le média TV est resté le média socle le plus puissant en rassemblant en moyenne chaque jour 44,5 millions de téléspectateurs<sup>(20)</sup>. Les Français ont conservé un lien fort avec la télévision, puisque la durée moyenne d'écoute (DEI<sup>(21)</sup>) s'élève chez les 4 ans et plus à 3h41 mn<sup>(22)</sup> soit plus une minute versus 2019.

En 2021, la part d'audience cumulée des deux chaînes gratuites de NRJ Group (NRJ 12 + Chérie 25) s'établit à 2,4%<sup>(23)</sup> sur l'ensemble du public comme sur la cible 25-49 ans et à 2,8%<sup>(23)</sup> sur la cible Femme Responsable des Achats de moins de 50 ans. Chérie 25 enregistre sur l'exercice une part d'audience historique de 1,2%<sup>(23)</sup> auprès de l'ensemble du public.

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021, le marché publicitaire est resté dynamique, soutenu par une forte demande des annonceurs, à l'exception de ceux des secteurs de l'alimentation et des transports. Dans ce contexte favorable le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV du Groupe est en croissance de 2,1% à 24,4 M€, en dépit d'une base de comparaison défavorable.

Sur l'exercice 2021 le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du pôle TV s'élève à 82,0 M€, en hausse de 16,0% par rapport à celui de l'exercice précédent. Cette progression concerne chacune des trois chaînes du Groupe et particulièrement Chérie 25 qui a connu une très bonne performance commerciale tout au long de l'année 2021.

## DIFFUSION

Le Pôle Diffusion clôture une année 2021 exceptionnelle marquée par de très beaux succès commerciaux. 2<sup>ème</sup> opérateur français, towerCast accompagne ses clients avec « la passion constante d'innover » sur l'ensemble de la chaîne de valeur. En 4 ans, towerCast aura ainsi vu ses parts de marché progresser significativement : 29,0% en TNT (+5,8 points), 27,7% en FM privée (+0,9 point) et 22,4% en FM publique (+6,6 points) et se positionne comme un acteur majeur du DAB+ en France.

Au 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2021, le pôle Diffusion amplifie sa dynamique commerciale avec un chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> de 17,5 M€ en hausse de 10,1% par rapport à celui du 4<sup>ème</sup> trimestre 2020.

En 2021, le chiffre d'affaires<sup>(1)</sup> du Pôle s'élève à 66,8 M€ et affiche ainsi une progression de 6,7% par rapport à celui de l'exercice 2020. Cette évolution s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

\*\*\*\*\*

**Prochain rendez-vous :** publication des résultats annuels 2021, le 23 mars 2022 (après bourse).

Sources :

<sup>(1)</sup> Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, en cours d'audit, établi selon les normes IFRS.

<sup>(2)</sup> Étude Cross Médias Vague 2021.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Affimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.

<sup>(3)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2020.

<sup>(4)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

<sup>(5)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ Global, Total Radio, Agrégat des Programmes Musicaux, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2020 en %.

<sup>(6)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.

<sup>(7)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ, L-V, 13-59 ans, 5h-24h, AC.

<sup>(8)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ, L-V, 13-54 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.

<sup>(9)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ, L-V, 13-64 ans, 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.

- (10) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2020.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Chérie FM, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2020.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Rire et Chansons, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2020.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, Rire et Chansons, L-V, 13 ans et +, 6h00-10h00 (LE MORNING DU RIRE), PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2020 en %.
- (15) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2021, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 953 000 auditeurs.
- (16) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Décembre 2021, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 27 328 036 sessions d'écoutes actives.
- (17) Poll&Roll pour NRJ Global, 500 individus âgés de 16 à 70 ans, Mai 2021, 28% des auditeurs radio.
- (18) Kantar Media TGI, Octobre 2021, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (19) Données internes, téléchargements qualitatifs de podcasts (> à 10%) + Données Audiomeans, nb d'écoutes. Année 2021 versus Année 2020.
- (20) Médiamétrie - Médiamat, Année TV 2021, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- (21) 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-télespectateurs).
- (22) Médiamétrie - Médiamat - Année TV 2021- Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Modélisation du hors domicile de 2019 à mars 2020 ; Mesure du hors domicile à partir de mars 2020.
- (23) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, année 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](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