



Paris, le 28 juillet 2022 - 17h45
Résultats semestriels 2022 - NRJ Group

Excellent 1^{er} semestre 2022 pour NRJ GROUP :

- Chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ : +12,4%
- Résultat Opérationnel Courant⁽¹⁾ : +222,8%
- Résultat net part du Groupe : +168,0%

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni le 28 juillet 2022, a arrêté les comptes consolidés du 1^{er} semestre de l'exercice 2022.

En millions d'euros	S1 2022	S1 2021	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	184,2	163,9	+12,4%
EBITDA ⁱⁱ hors échanges	34,2	21,9	+56,2%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	18,4	5,7	+222,8%
Résultat opérationnel	19,6	7,0	+180,0%
Résultat net part du Groupe	13,4	5,0	+168,0%

En millions d'euros	Au 30 juin 2022	Au 31 déc 2021	Variation
Excédent net de trésorerie ⁱⁱⁱ	269,0	260,3	+3,3%
Capitaux propres part du Groupe	658,2	658,2	-

NRJ Group réalise un excellent 1^{er} semestre 2022, tant au niveau du Groupe qu'au niveau de chacun de ses pôles d'activité. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges s'élève à 184,2 M€ et est en progression de +12,4% grâce à une forte croissance du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de tous les pôles d'activité du Groupe au 1^{er} semestre 2022.

Durant ce semestre, le Groupe a poursuivi sa politique de maîtrise des charges⁽¹⁾. Hors impact des aides publiques au titre du Covid-19 dont avait bénéficié le Groupe au 1^{er} semestre 2021, les charges⁽¹⁾ ne progressent que de 0,9% entre le 1^{er} semestre 2022 et le 1^{er} semestre 2021, grâce, notamment, à la forte réduction de celles du pôle Télévision.

Compte tenu de la forte croissance de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ et de la maîtrise de ses charges⁽¹⁾, NRJ Group enregistre au 1^{er} semestre 2022, un EBITDA⁽¹⁾ consolidé de 34,2 M€ et un Résultat Opérationnel Courant hors échanges consolidé de 18,4 M€, en progression respectivement de +56,2% et +222,8% par rapport au 1^{er} semestre 2021. Bénéficiant de la forte croissance du Résultat Opérationnel Courant hors échanges, le résultat net part du Groupe ressort à 13,4 M€, à comparer avec 5,0 M€ au 1^{er} semestre 2021.

Au 30 juin 2022, le Groupe dégage un free cash-flow^{iv} de 30,1 M€ en hausse de 138,9% par rapport à celui du 1^{er} semestre 2021 et présente un excédent net de trésorerieⁱⁱⁱ de 269,0 M€, après prise en compte de 35,8 M€ d'obligations locatives.

Cette solide performance reste soutenue au 1^{er} semestre 2022 par la force des marques du Groupe. En effet, selon l'étude Cross Médias⁽²⁾, ce sont plus de 8 français sur 10 qui se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.

(1) Hors échanges

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

En millions d'euros	S1 2022	S1 2021	Variation
Radio	108,2	92,3	+17,2%
Télévision	40,6	38,9	+4,4%
Diffusion	35,4	32,7	+8,3%
Chiffre d'affaires hors échanges	184,2	163,9	+12,4%
Radio	9,1	4,5	+102,2%
Télévision	(0,7)	(7,1)	+90,1%
Diffusion	10,7	8,7	+23,0%
Autres activités	(0,7)	(0,4)	-75,0%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	18,4	5,7	+222,8%

RADIO

Selon les résultats de la vague d'audience Médiamétrie avril-juin 2022, 39,4 millions⁽³⁾ de personnes écoutent la radio chaque jour en France. Le média radio gagne +321 000 auditeurs en un an⁽⁴⁾ et continue sa reprise progressive.

Dans ce contexte, avec une part d'audience sur l'ensemble du public de 14,5%⁽⁵⁾ en progression de +0,8 point sur un an⁽⁶⁾, les radios du Groupe surperforment par rapport à l'ensemble des programmes musicaux, dont la part d'audience est en croissance de +0,6 point⁽⁶⁾.

Le Groupe dispose en France de la 1^{ère} offre commerciale radio tant sur l'ensemble du public avec 9,4 millions de Français qui écoutent les radios du Groupe chaque jour⁽⁷⁾ que sur la cible 25-49 ans avec une part d'audience de 18,4%⁽⁸⁾ et de positions de leader solides. NRJ, qui rassemble toutes les générations est la 1^{ère} radio de France sur les moins de 65 ans⁽⁹⁾. Nostalgie, 2^{ème} radio musicale de France⁽¹⁰⁾, confirme son excellente dynamique et enregistre la plus forte progression des radios musicales avec plus de 150 000 auditeurs quotidiens recrutés en un an⁽¹¹⁾. Chérie FM gagne 20% de part d'audience en un an⁽¹²⁾ et conforte sa place de radio la plus féminine de France avec 67% de femmes à son écoute⁽¹³⁾. Rire et Chansons se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 71% d'hommes à son écoute⁽¹⁴⁾.

Au premier semestre 2022, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 108,2 M€ en progression de 17,2% par rapport au 1^{er} semestre 2021, avec une amplification de la croissance au 2^{ème} trimestre par rapport au 1^{er} trimestre (+13,1% au 1^{er} trimestre puis +20,9% au 2^{ème} trimestre). Le Groupe enregistre sur son activité principale une croissance tant en France au plan national (+12,3%) et local (+30,3%) qu'à l'international (+16,8%).

Si la radio nationale en France retrouve au 1^{er} semestre 2022 un niveau de chiffre d'affaires⁽¹⁾ équivalent à celui du 1^{er} semestre 2019 grâce aux gains de part de marché de NRJ Global, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ de la radio locale en France et celui de la radio à l'international demeurent encore inférieurs à celui de 2019.

Les activités digitales poursuivent leur croissance au 1^{er} semestre 2022 en enregistrant un chiffre d'affaires⁽¹⁾ en progression de 12,1%. Cette croissance est portée par l'ensemble de l'écosystème audio digital du Groupe, qui confirme, en juin 2022, sa position de groupe privé référent sur l'audio digital en France, avec ses programmes déclinés sur tous les supports digitaux : 1^{er} groupe privé de radios digitales⁽¹⁵⁾ et 1^{er} groupe radio privé de France sur les 25-49 ans et les moins de 65 ans sur les enceintes à commande vocale⁽¹⁶⁾. Il occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine 10,8 millions d'auditeurs qui achètent en ligne⁽¹⁷⁾. Les écoutes de podcasts du Groupe progressent de 11%⁽¹⁸⁾ en un an.

Sur les 6 premiers mois de l'exercice 2022, les charges⁽¹⁾ du pôle Radio (hors impact des 4,1 M€ d'aides publiques non récurrentes perçues au 1^{er} semestre 2021) progressent de 7,8%, principalement en lien direct avec la forte croissance du chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle mais également sous l'impact de la hausse des coûts de diffusion et du retour à une activité très proche de celle pré-pandémie sur l'ensemble du 1^{er} semestre 2022.

Au 1^{er} semestre 2022, la hausse de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ et la progression maîtrisée de ses charges⁽¹⁾ permettent au pôle Radio d'enregistrer un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de 9,1 M€ en forte amélioration (+4,6 M€) par rapport à un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de 4,5 M€ au titre du premier semestre 2021.

TÉLÉVISION

Au 1^{er} semestre 2022, la télévision est restée le média socle le plus puissant en rassemblant en moyenne chaque jour 43,7 millions de téléspectateurs⁽¹⁹⁾. La durée moyenne d'écoute mesurée (DEI⁽²⁰⁾) s'élève chez les 4 ans et plus à 3h22mn⁽²¹⁾, soit un niveau proche de celui de 2019 (3h30mn⁽²²⁾).

Les chaînes gratuites du pôle Télévision du Groupe (NRJ 12 + Chérie 25) enregistrent des gains d'audience sur l'ensemble du public et sur les cibles commerciales prioritaires. Ainsi, la PDA cumulée de NRJ 12 et de Chérie 25 atteint 2,4% sur les 4 ans et +⁽²³⁾, en progression de + 0,1 point⁽²⁴⁾ par rapport au 1^{er} semestre 2021, 2,5% sur les 25-49 ans⁽²³⁾ en progression de + 0,2 point⁽²⁴⁾ par rapport au 1^{er} semestre 2021, et la PDA sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans est en progression de + 0,2 point⁽²⁴⁾ à 2,9%⁽²³⁾.

Sur les 6 premiers mois de 2022, le marché publicitaire est resté dynamique jusqu'en mai. Dans ce contexte le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle TV du Groupe enregistre une hausse de 4,4%, à 40,6 M€ (+7,5% au 1^{er} trimestre puis +1,9% au 2^{ème} trimestre). Cette croissance profite à chacune des 3 chaînes du Groupe.

Durant le 1^{er} semestre 2022, le pôle Télévision a bénéficié d'un coût de grille peu élevé, notamment en raison de la poursuite de sa stratégie de rentabilisation des audiences mise en œuvre depuis plusieurs années.

Compte tenu de la progression de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 1,7 M€ et du faible niveau de ses charges⁽¹⁾ durant ce semestre, le pôle Télévision de NRJ Group affiche un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de -0,7 M€ au 1^{er} semestre 2022. Cette excellente performance du pôle Télévision au 1^{er} semestre 2022 représente une très forte réduction de 6,4 M€ de la perte opérationnelle du pôle par rapport à la même période de l'année 2021, malgré un effet de base défavorable en raison des aides publiques de 1,9 M€ perçues au 1^{er} semestre 2021 dans le cadre de la pandémie de Covid-19.

DIFFUSION

Au 2^{ème} trimestre de l'exercice 2022, le pôle Diffusion poursuit sa dynamique commerciale et enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 17,8 M€, en hausse de 7,2% par rapport à celui du 2^{ème} trimestre 2021 (+9,3% au 1^{er} trimestre). Au 1^{er} semestre 2022, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du Pôle s'élève à 35,4 M€ et affiche ainsi une progression de 8,3% par rapport à la même période de 2021. Celle-ci s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

Porté par la progression de l'activité commerciale, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Diffusion de 10,7 M€ affiche une amélioration de 2,0 M€ par rapport au 1^{er} semestre de l'exercice 2021.

Perspectives

Une base de comparaison plus élevée et l'impact des tensions macroéconomiques actuelles pourraient générer une évolution moins favorable du chiffre d'affaires média du Groupe au 2^{ème} semestre 2022.

Prochain rendez-vous : Publication de l'information financière du 3^{ème} trimestre 2022, le 8 novembre 2022 (après bourse).

Informations complémentaires :

Les procédures d'examen limité sur les comptes consolidés résumés ont été effectuées. Le rapport, sans réserve, des commissaires aux comptes sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du rapport financier semestriel.

Le rapport financier semestriel 2022 sera disponible sur le site internet du Groupe www.nrjgroup.fr, au plus tard le 29 juillet 2022.

ANNEXES

i Hors échanges :

En millions d'euros	S1 2022	S1 2021	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	184,2	163,9	+12,4%
Chiffre d'affaires sur échanges	7,8	4,1	+90,2%
Chiffre d'affaires	192,0	168,0	+14,3%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	18,4	5,7	+222,8%
Résultat Opérationnel Courant sur échanges	0,3	1,3	-76,9%
Résultat Opérationnel Courant	18,7	7,0	+167,1%

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	S1 2022	S1 2021
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	18,4	5,7
Dotations aux amortissements et dotations nettes aux provisions	10,3	10,6
Dotations aux amortissements sur droits d'utilisation	4,8	4,8
Dotation (Reprise) aux provisions pour IDR inscrite en charges de personnel	0,7	0,8
EBITDA hors échanges	34,2	21,9

iii Excédent net de trésorerie :

En millions d'euros	Au 30 juin 2022	Au 31 déc 2021
Trésorerie et équivalents de trésorerie	310,1	303,7
Passifs financiers liés aux opérations de financement du Groupe	(5,3)	(7,5)
Obligations locatives	(35,8)	(35,9)
Excédent net de trésorerie	269,0	260,3

iv Free cash-flow :

En millions d'euros	S1 2022	S1 2021
Marge brute d'Autofinancement avant résultat financier et charge d'impôt	37,1	24,4
Variation du Besoin en Fonds de Roulement lié à l'activité (hors impôts sur le résultat)	7,0	(0,9)
Impôts sur le résultat remboursés/ (versés y compris les crédits d'impôt)	(5,6)	(2,5)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité (A)	38,5	21,0
Flux nets de trésorerie affectés aux opérations d'investissement (B)	(8,4)	(8,4)
Free cash flow (A) + (B)	30,1	12,6

Sources :

- (1) Hors échanges : Chiffre d'affaires ou Résultat opérationnel courant consolidé, hors échanges, établi selon les normes IFRS. cf annexe¹.
- (2) Étude Cross Médias Vague 2022.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Mobimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.
- (3) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (4) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Avril-Juin 2021.
- (5) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA.
- (6) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, NRJ Global et Agrégat des Programmes Musicaux, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Avril-Juin 2021 en point.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 350 000 auditeurs.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, AC.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Avril-Juin 2021.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Chérie FM, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Avril-Juin 2021.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2022, Rire et Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (15) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Juin 2022, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 34 211 255 sessions d'écoutes actives.
- (16) Médiamétrie, Global Radio, NRJ Global, janvier-mars 2022, Enceintes à commande vocale, LàV, 25-49 ans et 13-64 ans, 5h-24h, AC.
- (17) Kantar Media TGI, Avril 2022, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (18) Données internes, téléchargements qualitatifs de podcasts (> à 10%) + Données Audiomeans, nb d'écoutes. Janvier-Juin 2022 versus Janvier-Juin 2021.
- (19) Médiamétrie-Médiamat, Janvier-Juin 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- (20) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 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).
- (21) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 4+, Janvier-Juin 2022.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 4+, Janvier-Juin 2019.

⁽²³⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Juin 2022.

⁽²⁴⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Juin 2022 vs Janvier-Juin 2021, évolution en point.

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. Pour une description plus détaillée de ces risques et incertitudes, il convient notamment de se référer aux documents publics déposés auprès de l'Autorité des marchés financiers, en particulier le Document d'enregistrement universel de NRJ GROUP dont la dernière version est disponible sur son site internet (www.nrjgroup.fr) à la rubrique "Finances/ Publications financières/ Rapports financiers".

A propos de NRJ GROUP

40 ans après la création de la radio NRJ par Jean-Paul BAUDECROUX, 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 au cours de ces dernières années un écosystème digital qui lui permet 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 230 radios digitales. NRJ Group est aujourd'hui le 1^{er} groupe privé de radios digitales en France et se positionne comme un agrégateur de contenu podcast au travers de son offre de podcasts replay et natifs. Cette présence digitale permet aux régies publicitaires du Groupe de proposer une offre puissante et élargie à leurs clients avec un ciblage, notamment contextuel, 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 principalement NRJ/ENERGY, première marque radio internationale, et/ou NOSTALGIE/NOSTALGI/RADIO 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