



Paris, le 22 mars 2023 - 17h45
Résultats annuels 2022 - NRJ Group

FORTE CROISSANCE DES RESULTATS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2022

Chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ : +4,2%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges : +28,7%
Résultat net part du Groupe : +25,7%
Dividende proposé de 0,26 € par action en hausse de + 23,8%

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni le 22 mars 2023, a arrêté les comptes consolidés et annuels de l'exercice 2022.

En millions d'euros	2022	2021	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	380,4	365,1	+4,2%
EBITDA ⁱⁱ hors échanges	80,2	67,5	+18,8%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	45,8	35,6	+28,7%
Résultat opérationnel	45,1	36,0	+25,3%
Résultat financier	1,0	0,2	+400,0%
Résultat net part du Groupe	34,7	27,6	+25,7%

En millions d'euros	Au 31 déc 2022	Au 31 déc 2021	Variation
Excédent net de trésorerie ⁱⁱⁱ	284,7	260,3	+9,4%
Capitaux propres part du Groupe	679,0	658,2	+3,2%

NRJ Group enregistre en 2022 de très bons résultats qui valident les stratégies mises en œuvre par le Groupe pour ses différents pôles.

En 2022, dans un contexte économique pourtant incertain, le Groupe enregistre une très forte croissance de ses différents niveaux de résultats consolidés. Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ consolidé progresse de +4,2% pour s'établir à 380,4 M€. Malgré un effet de base défavorable, lié à l'enregistrement des aides Covid en 2021 à hauteur de 7,5 M€, le résultat opérationnel courant hors échanges, du Groupe croît de +28,7%, à 45,8 M€ et le résultat net part du Groupe progresse de +25,7% pour atteindre 34,7 M€.

Porté par la dynamique de ses activités opérationnelles et par la croissance maîtrisée de ses charges⁽¹⁾, le taux de marge opérationnelle courante⁽²⁾ du Groupe s'élève à 12,0% en 2022 à comparer à 9,8% en 2021 et à 7,9% en 2019.

Au 31 décembre 2022, NRJ Group confirme également sa solidité financière avec une augmentation de ses capitaux propres part du Groupe et de son excédent net de trésorerie.

Cette performance est restée soutenue en 2022 par la puissance des audiences du Groupe NRJ. En effet, selon l'étude Cross Médias⁽³⁾, 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	2022	2021	Variation
Radio	229,3	216,3	+6,0%
Télévision	79,9	82,0	-2,6%
Diffusion	71,2	66,8	+6,6%
Chiffre d'affaires hors échanges	380,4	365,1	+4,2%
Radio	29,5	32,3	-8,7%
Télévision	(4,5)	(12,7)	+64,6%
Diffusion	22,1	18,2	+21,4%
Autres activités	(1,3)	(2,2)	+40,9%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	45,8	35,6	+28,7%

RADIO

En 2022, 39,6 millions de Français⁽⁴⁾ ont consacré 2h37 chaque jour à l'écoute de la Radio⁽⁵⁾ confirmant ainsi la puissance du média radio et leur attachement à ce média qui accompagne leur quotidien.

Sur l'exercice, NRJ Group accroît sa position de leader commercial sur les individus de 25 à 49 ans en France, avec une part de marché de 19,1%⁽⁶⁾ en progression de 0,1 point par rapport à 2021⁽⁷⁾ et creuse l'écart avec son concurrent immédiat puisque son avance qui était de 2,3 points en 2021 passe à 3,5 points en 2022⁽⁸⁾. NRJ enregistre un record historique sur cette cible prioritaire des individus de 25-49 ans avec une part d'audience de 11,1%⁽⁹⁾ et conforte sa position de n°1 sur cette cible.

Avec les derniers résultats de la vague d'audience Médiamétrie de novembre-décembre 2022, le Groupe dispose en France de positions de leader durables. **NRJ, qui réunit chaque jour 4,1 millions d'auditeurs⁽¹⁰⁾, est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 60 ans⁽¹¹⁾, sur les 25-49 ans⁽¹²⁾ et sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans⁽¹²⁾. Nostalgie, 2^{ème} radio musicale de France⁽¹³⁾, confirme son excellente dynamique et enregistre la plus forte progression de part d'audience parmi les radios musicales avec +0,5 point en un an⁽¹⁴⁾. Chérie FM conforte sa place de radio la plus féminine de France avec 60% de femmes à son écoute⁽¹⁵⁾ et Rire et Chansons se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 66% d'hommes parmi ses auditeurs⁽¹⁶⁾. Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 9,3 millions de Français⁽¹⁷⁾.**

NRJ Group confirme, en 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⁽¹⁸⁾ et 1^{ère} offre commerciale de France sur les enceintes à commande vocale⁽¹⁹⁾. NRJ Group occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine 11,0 millions d'auditeurs qui achètent en ligne⁽²⁰⁾.**

Malgré un 4^{ème} trimestre 2022 pénalisé par une baisse du marché publicitaire Radio due à l'incertitude économique et par un effet de base défavorable, l'activité Radio du Groupe enregistre en 2022 une croissance de son chiffre d'affaires hors échanges de +6,0% à 229,3 M€. Cette progression de l'activité Radio se constate tant en France, au plan national (+3,5%) et local (+13,1%), qu'à l'international (+5,3%).

Les charges⁽¹⁾ du pôle Radio progressent de +15,8 M€ en 2022, dont un effet de comparaison défavorable de 5 M€ liés aux aides publiques perçues en 2021, le solde s'expliquant par la croissance de l'activité, par un retour progressif à une situation pré-Covid et par le contexte inflationniste.

En 2022, le pôle Radio enregistre un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de 29,5 M€. Compte tenu de l'impact de 5 M€ d'aides publiques non récurrentes perçues dans le cadre de la situation sanitaire, **le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Radio ressort en baisse par rapport à 2021 mais est en croissance de +8,1% une fois retraité de ces aides non-récurrentes.**

TÉLÉVISION

En 2022, la télévision reste le média socle en rassemblant en moyenne chaque jour 43,3 millions de téléspectateurs⁽²¹⁾ avec une durée d'écoute moyenne par individu de 3H26⁽²²⁾.

En 2022, les chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe (NRJ 12 et Chérie 25) maintiennent leur part d'audience sur l'ensemble du public à 2,4%⁽²³⁾ et améliorent leur part d'audience sur les cibles commerciales prioritaires. Ainsi, la

PDA cumulée de NRJ 12 et de Chérie 25 atteint 2,5% sur les 25-49 ans⁽²³⁾ gagnant 0,1 point en un an⁽²⁴⁾ et la PDA sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans s'élève à 2,9%⁽²³⁾ soit +0,1 point également en un an⁽²⁴⁾.

Après 5 premiers mois dynamiques, le marché publicitaire TV a été orienté à la baisse à partir du mois de juin en raison notamment du très fort rebond dont il avait bénéficié à l'été et sur la fin de l'année 2021. Dans ce contexte, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Télévision s'élève, en 2022, à 79,9 M€, en retrait de -2,6% par rapport à l'exercice précédent.

En 2022, le pôle Télévision, poursuivant sa stratégie de rentabilisation des audiences, a amplifié la réduction de ses charges⁽¹⁾, notamment de son coût de grille. Compte tenu du retrait limité de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 2,1 M€ et de la forte réduction de ses charges⁽¹⁾, le pôle Télévision de NRJ Group affiche un résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de -4,5 M€ au titre de l'exercice 2022.

Ainsi le travail mené par le pôle TV sur ses grilles des programmes lui permet de faire progresser les audiences de ses 2 chaînes TNT sur leurs cibles clefs, tout en réduisant très significativement, de 8,2 M€ sa perte opérationnelle⁽¹⁾ par rapport à l'année 2021, malgré un effet de base défavorable en raison des aides publiques de 2,6 M€ perçues en 2021 dans le cadre de la pandémie de Covid-19.

DIFFUSION

Le pôle Diffusion clôture à nouveau une très belle année en 2022, avec une progression de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ annuel de +6,6% à 71,2 M€. Cette croissance s'explique principalement par les très beaux succès commerciaux enregistrés en 2021 qui bénéficient à l'activité du pôle sur l'intégralité de l'année 2022. towerCast continue de gagner des parts de marché sur l'exercice : 29,1% en TNT (+0,1 point), 28,3% en FM privée (+0,5 point) et 23,4% en FM publique (+1,0 point) et se positionne comme un acteur majeur du DAB+ en France.

Compte tenu de la progression de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ et de la maîtrise de ses charges⁽¹⁾, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Diffusion s'élève à 22,1 M€ en 2022 à comparer avec 18,2 M€ en 2021, soit une amélioration de +21,4%.

Structure financière, Dividende et Programme de rachat d'actions

Au 31 décembre 2022, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 679,0 M€, en progression de +20,8 M€, pour un total de bilan de 892,0 M€.

A fin décembre 2022, le Groupe dispose d'un excédent net de trésorerieⁱⁱⁱ de 284,7 M€, après prise en compte de 38,2 M€ d'obligations locatives. Le free cash flow^{iv} dégagé par le Groupe s'élève à 51,5 M€, en forte progression de +31% par rapport à 2021.

Compte tenu des bonnes performances opérationnelles du Groupe en 2022 et de la solidité de sa situation financière, le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale des actionnaires du 11 mai prochain le versement d'un dividende de 0,26 euro par action au titre de l'exercice fiscal 2022. Le détachement est attendu le 31 mai 2023 et le paiement le 2 juin 2023. Le Conseil d'administration de NRJ Group proposera par ailleurs à l'Assemblée générale d'autoriser un nouveau programme de rachat d'actions.

Gouvernance

Le 22 mars 2023, le Conseil d'administration a décidé de constituer un comité RSE présidé par Roxanne VARZA (administratrice indépendante), qui aura pour mission d'éclairer le Conseil d'Administration sur les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

Perspectives

Dans un contexte économique qui devrait demeurer incertain en 2023, notamment au 1^{er} semestre, et d'une pression sur ses charges, principalement en raison des tarifs de l'électricité, le Groupe continuera de s'adapter comme il l'a fait avec succès ces trois dernières années, tout en poursuivant son développement de la manière suivante :

Pôle Radio

- Fort de ses 4 marques notoires, complémentaires et puissantes, 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.
- Dans un contexte de demande croissante de contenu audio et de développement des enceintes vocales, le Groupe poursuivra en 2023, le développement éditorial et commercial de son activité audio digital en s'appuyant sur son expertise dans la production et la commercialisation de ces contenus. NRJ Group ambitionne de devenir à moyen terme un acteur majeur de l'audio digital.

Pôle Télévision

- 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.

Pôle Diffusion

- Le Groupe entend continuer à développer ses positions d'opérateur français alternatif sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la source de production au récepteur télé ou radio des Français grâce à son expertise technologique et sa connaissance des territoires en privilégiant une croissance de son parc de sites de diffusion en propre tout en maîtrisant le volume d'électricité consommée et achetée dans des conditions de marché optimisées.

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 2022 sur le site internet du Groupe www.nrjgroup.fr, au plus tard le 31 mars 2023.

Prochain rendez-vous : Publication de l'information financière du 1^{er} trimestre 2023, le 10 mai 2023 (après Bourse).

ANNEXES

ⁱ Hors échanges :

EN MILLIONS D'EUROS	2022	2021	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	380,4	365,1	+4,2%
Chiffre d'affaires sur échanges	17,7	13,5	+31,1%
Chiffre d'affaires	398,1	378,6	+5,2%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	45,8	35,6	+28,7%
Résultat Opérationnel Courant sur échanges	(1,6)	0,5	-420,0%
Résultat Opérationnel Courant	44,2	36,1	+22,4%

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	2022	2021
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	45,8	35,6
Dotations aux amortissements et dotations nettes aux provisions	23,8	21,7
Dotations aux amortissements sur droits d'utilisation	9,5	9,4
Dotation (Reprise) aux provisions pour IDR inscrite en charges de personnel	1,1	0,8
EBITDA hors échanges	80,2	67,5

iii **Excédent net de trésorerie** :

EN MILLIONS D'EUROS	Au 31 déc 2022	Au 31 déc 2021
Trésorerie et équivalents de trésorerie	326,0	303,7
Passifs financiers liés aux opérations de financement du Groupe	(3,1)	(7,5)
Obligations locatives	(38,2)	(35,9)
Excédent net de trésorerie	284,7	260,3

iv **Free cash - flow** :

EN MILLIONS D'EUROS	2022	2021
Marge brute d'Autofinancement avant résultat financier et charge d'impôts	81,7	70,2
Variation du Besoin en Fonds de Roulement lié à l'activité (hors impôts sur le résultat)	2,3	(6,8)
Impôts sur le résultat remboursés (+) / versés (-)	(15,9)	(6,0)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité (A)	68,1	57,4
Flux nets de trésorerie affectés aux opérations d'investissement (B)	(16,6)	(18,1)
Free cash flow (A)+(B)	51,5	39,3

Sources :

- (1) Hors échanges : cf. annexe 1.
- (2) Résultat Opérationnel Courant hors échanges / Chiffre d'affaires hors échanges.
- (3) Étude Cross Médias Vague 2022.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Mobimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.
- (4) Médiamétrie, EAR-National, année 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (5) Médiamétrie, EAR-National, année 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, DEA.
- (6) Médiamétrie, EAR-National, année 2022, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA, année 2022 versus année 2021, évolution en point.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA, année 2022 versus année 2021, évolution en point (en 2022 NRJ Global : 19,1% vs M6 Publicité Radio 15,6% ; 2021 NRJ Global : 19,0% vs TF1 Pub Radios 16,7%).
- (9) Médiamétrie, EAR-National, année 2022, NRJ, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA. Record historique annuel.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, 13-59 ans, 5h-24h, AC.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, cibles citées, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2021 en valeur.
- (15) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (16) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Rire et Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (17) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 263 000 auditeurs.
- (18) ACPM-OJD diffusion globale des radios digitales, moyenne mensuelle année 2022, Groupe NRJ (données France 33 562 180 écoutes actives de plus de 30 secondes).
- (19) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, NRJ Global, septembre- octobre 2022, Enceintes à commande vocale, LàV, 13+, 5h-24h, AC, couplages publicitaires.
- (20) Kantar Media TGI, Octobre 2022, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (21) Médiamétrie-Médiamat, année TV 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, année TV 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – DEI modélisée.
- (23) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, année TV 2022.
- (24) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, année TV 2022 versus année TV 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 répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui et d'anticiper l'évolution des usages de demain. Les territoires de marques se développent ainsi désormais dans une multiplicité de formats : Flux live digital, radios digitales thématiques (plus de 230), podcasts natifs et podcasts replay. Ils se déploient par ailleurs sur une diversité de supports de consommation média, pour optimiser les possibilités d'accès aux contenus : Sites, applications mobiles ou encore enceintes à commande vocale. NRJ GROUP est, en 2022, le 1^{er} groupe privé de radios digitales en France. Editeur de podcasts (natifs et replay), le Groupe se positionne également comme un agrégateur de contenus podcasts au travers de partenariats avec des éditeurs extérieurs. Cette approche permet au Groupe de se positionner sur le marché de l'audio digital avec une offre puissante, contextuelle et dans un environnement de communication sécurisé.

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