



Paris, le 8 novembre 2023 - 17h45
 Information financière du 3^e trimestre 2023 - NRJ Group

Croissance soutenue du chiffre d'affaires consolidé ⁽¹⁾ de NRJ Group au 3^e trimestre 2023 : +6,5%

En millions d'euros	3 ^e trimestre			Cumul 9 mois		
	2023	2022	Variation	2023	2022	Variation
Radio	57,7	54,2	+6,5%	168,8	162,4	+3,9%
Télévision	17,8	16,6	+7,2%	54,2	57,2	-5,2%
Diffusion	19,0	17,9	+6,1%	55,7	53,3	+4,5%
Chiffre d'affaires hors échanges	94,5	88,7	+6,5%	278,7	272,9	+2,1%
Chiffre d'affaires sur échanges	4,2	4,2	+0,0%	12,4	12,0	+3,3%
Chiffre d'affaires	98,7	92,9	+6,2%	291,1	284,9	+2,2%

L'ensemble des activités du Groupe enregistre une croissance soutenue au 3^e trimestre 2023. Sur cette période, le chiffre d'affaires consolidé hors échanges progresse de +6,5% par rapport au 3^e trimestre 2022, pour s'établir à 94,5 M€. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges des 9 premiers mois de l'exercice 2023 s'établit à 278,7 M€, en croissance de +2,1% par rapport à la même période en 2022.

Cette solide performance reste soutenue sur les 9 premiers mois de 2023 par la puissance des marques du Groupe. En effet, selon l'étude Cross Médias ⁽²⁾, près de 46 millions de Français se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.

RADIO

En septembre 2023, **le Groupe dispose, en France, de la 1^{ère} offre commerciale radio sur l'ensemble du public ⁽³⁾ et sur la cible prioritaire des 25-49 ans ⁽⁴⁾, sur laquelle il est leader, avec une part d'audience de 19,8%⁽⁴⁾**. Le Groupe confirme également 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 ⁽⁵⁾ et 1^{ère} offre commerciale de France sur les enceintes à commande vocale ⁽⁶⁾. NRJ Group occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine plus de 11 millions d'auditeurs qui achètent en ligne ⁽⁷⁾.

En France sur un média radio qui rassemble 39,3 millions d'auditeurs par jour ⁽⁸⁾, le Groupe, grâce à ses positions de leader, notamment sur les 25-49 ans et à sa stratégie commerciale, amplifie au 3^e trimestre la belle dynamique observée au premier semestre 2023. Le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Radio s'élève à 57,7 M€ et affiche une croissance de +6,5%, **dont une hausse de +12,4% en France au plan national.**

Sur les 9 premiers mois de 2023, le pôle Radio du Groupe enregistre un chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de 168,8 M€ en progression de +3,9% par rapport à la même période en 2022. Cette augmentation du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Radio se décompose entre une forte croissance du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ en France de +4,5%, dont +7,2% au plan national et une progression de +1,8% du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ à l'international.

(1) Hors échanges

TÉLÉVISION

Sur les 9 premiers mois de l'année, la télévision reste le média socle qui rassemble en moyenne chaque jour 42,6 millions de téléspectateurs ⁽⁹⁾ avec une durée d'écoute moyenne par individu de 3h09 ⁽¹⁰⁾.

Sur la période, les chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe, NRJ 12 et Chérie 25, améliorent ou maintiennent leurs parts d'audience sur les cibles commerciales prioritaires. Ainsi, la part d'audience cumulée de NRJ 12 et de Chérie 25 atteint 2,7% sur les 25-49 ans ⁽¹¹⁾ gagnant 0,1 point en un an ⁽¹²⁾ et celle sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans s'élève à 3,0% ⁽¹¹⁾ stable sur un an ⁽¹²⁾.

Le marché publicitaire en télévision a retrouvé son dynamisme au 3^e trimestre et a permis au pôle Télévision du Groupe de renouer avec la croissance. Le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision est en croissance de +7,2% par rapport au 3^e trimestre 2022, à 17,8 M€.

Malgré ce bon 3^e trimestre et compte tenu du niveau du marché publicitaire lors du 1^{er} semestre 2023, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision pour les 9 premiers mois de l'exercice 2023 s'élève à 54,2 M€, en retrait de 5,2 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.

DIFFUSION

Au 3^e trimestre de l'exercice 2023, le pôle Diffusion poursuit sa dynamique commerciale et enregistre un chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de 19,0 M€, en hausse de +6,1% par rapport à celui du 3^e trimestre 2022. A fin septembre 2023, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Diffusion s'élève à 55,7 M€ et affiche ainsi une progression de +4,5% par rapport à la même période de 2022. Cette progression s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+ et par l'intégration de RadioKing.

Perspectives

Les perspectives de NRJ Group pour l'exercice 2023 sont inchangées. Même si l'activité commerciale a été bonne au mois d'octobre 2023 pour le pôle Radio, la visibilité sur l'évolution du chiffre d'affaires média reste limitée pour la fin de l'année 2023.

Prochain rendez-vous : Publication du chiffre d'affaires de l'année 2023, le 1^{er} février 2024 (après bourse).

Sources :

⁽¹⁾ Hors échanges : Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.

⁽²⁾ Étude Cross Médias Vague 2023.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Mobimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et + (45 757 000 individus, soit 84,8%).

⁽³⁾ Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC et PDA.

⁽⁵⁾ ACPM-OJD diffusion globale des radios digitales, Septembre 2023, Groupe NRJ (données France 33 721 687 écoutes actives de plus de 30 secondes).

⁽⁶⁾ Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, Enceintes à commande vocale, LàV, 13+, 5h-24h, AC, couplages publicitaires.

⁽⁷⁾ Kantar Media TGI, Octobre 2023, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.

⁽⁸⁾ Médiamétrie, EAR-National, Avril-Juin 2023, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

⁽⁹⁾ Médiamétrie-Médiamat, Janvier-Septembre 2023, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.

⁽¹⁰⁾ Médiamétrie-Médiamat, Janvier-Septembre 2023, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – DEI consolidée mesurée.

⁽¹¹⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Septembre 2023.

⁽¹²⁾ Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Septembre 2023 vs Janvier-Septembre 2022, 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^e 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, aujourd'hui, 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