



Paris, le 1^{er} février 2024 - 17h45
Chiffre d'affaires 2023 - NRJ Group

Poursuite de la croissance soutenue du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ consolidé de NRJ Group au 4^e trimestre 2023 : +5,1%

En millions d'euros	4 ^e trimestre			Cumul 12 mois		
	2023	2022	Variation	2023	2022	Variation
Radio	71,6	66,9	+7,0%	240,4	229,3	+4,8%
Télévision	22,1	22,7	-2,6%	76,3	79,9	-4,5%
Diffusion	19,3	17,9	+7,8%	75,0	71,2	+5,3%
Chiffre d'affaires hors échanges	113,0	107,5	+5,1%	391,7	380,4	+3,0%
Chiffre d'affaires sur échanges	4,9	5,7	-14,0%	17,3	17,7	-2,3%
Chiffre d'affaires	117,9	113,2	+4,2%	409,0	398,1	+2,7%

NRJ Group enregistre au 4^e trimestre 2023 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 113,0 M€, en forte hausse de +5,1% par rapport à celui de 2022. Les activités Radio et Diffusion progressent respectivement de +7,0% et de +7,8%, quand l'activité Télévision enregistre une baisse de -2,6% en lien avec celle du marché publicitaire du média Télévision. Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges de l'exercice 2023 s'établit à 391,7 M€, en croissance de +3,0% par rapport à celui de 2022.

Cette solide performance reste soutenue en 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

Au 4^e trimestre, la stratégie de NRJ Group en Radio a continué de porter ses fruits, ce qui lui permet d'afficher, pour l'année 2023, une progression de sa performance tant sur le plan des audiences que sur le plan commercial.

La dernière vague Médiamétrie se caractérise à nouveau par les belles performances de l'offre radio du Groupe qui enregistre des performances exceptionnelles avec notamment le gain de +884 000 nouveaux auditeurs quotidiens en un an ⁽³⁾ et le recrutement simultané de nouveaux auditeurs par les 4 stations du Groupe ⁽⁴⁾. Avec une part d'audience sur l'ensemble du public à 15,3% ⁽⁵⁾, en progression de +0,8 point sur un an ⁽⁶⁾, les radios du Groupe surperforment l'ensemble des programmes musicaux ⁽⁷⁾. **Le Groupe dispose en France de la 1^{ère} offre commerciale radio sur l'ensemble du public ⁽⁸⁾ et sur la cible prioritaire des 25-49 ans ⁽⁹⁾, sur laquelle il conforte sa position de leader, avec une part d'audience de 20,2%⁽¹⁰⁾, en progression de +1,2 point en un an ⁽¹¹⁾.**

- NRJ est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 60 ans ⁽¹²⁾, sur les 25-49 ans ⁽¹²⁾ et sur les Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans ⁽¹²⁾. NRJ est écoutée chaque jour par plus de 4,3 millions d'auditeurs ⁽¹³⁾, soit +245 000 nouveaux auditeurs en un an ⁽⁴⁾.
- Nostalgie, 2^e radio musicale de France ⁽¹⁴⁾, qui rassemble chaque jour plus de 3,6 millions d'auditeurs ⁽¹³⁾, enregistre un record historique de progression ⁽¹⁵⁾, avec un gain de 578 000 nouveaux auditeurs en un an ⁽⁴⁾.

(1) Hors échanges

- Avec +174 000 auditeurs supplémentaires ⁽⁴⁾, ce sont désormais près de 1,9 million d'auditeurs quotidiens ⁽¹³⁾ qui sont à l'écoute de Chérie FM. La radio conforte sa place de radio la plus féminine de France avec 67% de femmes à son écoute ⁽¹⁶⁾.
- Rire & Chansons gagne +277 000 nouveaux auditeurs en un an ⁽⁴⁾ et rassemble désormais plus de 1,4 million d'auditeurs ⁽¹³⁾ chaque jour. La radio des « stars du rire » se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 75% d'hommes à son écoute ⁽¹⁷⁾.

Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par plus de 10,1 millions de Français ⁽¹³⁾.

En décembre 2023, 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 ⁽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 plus de 11 millions d'auditeurs qui achètent en ligne ⁽²⁰⁾.

En France, sur un média radio qui rassemble 38,7 millions d'auditeurs par jour ⁽²¹⁾, le Groupe, grâce à ses positions de leader, notamment sur les 25-49 ans, et à sa stratégie commerciale, amplifie au 4^e trimestre la belle dynamique observée sur les 3 premiers trimestres de 2023. Sur la période, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Radio s'élève à 71,6 M€ et affiche une croissance de +7,0%, dont une hausse de +9,5% en France au plan national.

Sur l'exercice 2023, le pôle Radio du Groupe enregistre un chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de 240,4 M€ en progression de +4,8% par rapport à 2022. Cette augmentation se décompose entre une forte croissance du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ en France de +5,4%, dont +7,9% au plan national et une progression de +2,6% du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ à l'international.

TÉLÉVISION

En 2023, la télévision reste un media incontournable qui rassemble en moyenne chaque jour 43,0 millions de téléspectateurs ⁽²²⁾, avec une durée d'écoute moyenne par individu de 3h19 ⁽²³⁾.

Au titre de l'année 2023, **les chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe, NRJ 12 et Chérie 25, améliorent 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 ⁽²⁴⁾ gagnant 0,2 point en un an ⁽²⁵⁾ et celle sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans s'élève à 3,0% ⁽²⁴⁾ gagnant 0,1 point en un an ⁽²⁵⁾.

Dans un contexte de ralentissement du marché publicitaire Télévision au 4^e trimestre 2023, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision est en retrait de -2,6 % par rapport au 4^e trimestre 2022, à 22,1 M€.

Le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision pour l'exercice 2023 s'élève à 76,3 M€, en retrait de -4,5 % par rapport à celui de l'exercice précédent, dont une baisse de -3,6% du chiffre d'affaires publicitaire sur l'année mais avec un rebond de +3,0 % au titre du second semestre.

DIFFUSION

Au 4^e trimestre de l'exercice 2023, le pôle Diffusion poursuit sa dynamique commerciale et enregistre un chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de 19,3 M€, en hausse de +7,8% par rapport à celui du 4^e trimestre 2022.

Le pôle Diffusion clôture une très belle année 2023 avec une progression de son chiffre d'affaires ⁽¹⁾ annuel de +5,3% à 75,0 M€. Cette progression s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+ et par l'intégration de RadioKing à compter du 1^{er} juin 2023.

Prochain rendez-vous : publication des résultats annuels 2023, le 20 mars 2024 (après bourse).

Sources :

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, en cours d'audit, 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, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2022. NRJ Global : + 884 000 auditeurs.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Novembre-Décembre 2022. NRJ : + 245 000 auditeurs. Nostalgie : +578 000 auditeurs. Chérie FM : +174 000 auditeurs. Rire & Chansons : + 277 000 auditeurs.

- (5) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA.
- (6) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2022 en point.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2022 en point. Agrégat des Programmes Musicaux = stable versus NRJ GLOBAL = +0,8 point.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC, QHM et PDA.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2022 en point.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, NRJ, L-V, cibles citées, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, NRJ : 4 348 000 auditeurs. Nostalgie : 3 636 000 auditeurs. Chérie FM : 1 854 000 auditeurs. Rire & Chansons : 1 420 000 auditeurs. NRJ Global : 10 147 000 auditeurs.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (15) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, Evolution versus Novembre-Décembre 2022. +578 000 auditeurs. Plus forte augmentation annuelle historique.
- (16) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (17) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, Rire & Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure du QHM.
- (18) ACPM-OJD diffusion globale des radios digitales, moyenne annuelle 2023, Groupe NRJ (données France 36 128 904 écoutes actives de plus de 30 secondes).
- (19) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, septembre-octobre 2023, NRJ Global, Enceintes à commande vocale, L-V, 13+, 5h-24h, AC, couplages publicitaires.
- (20) Kantar Media TGI, octobre 2023, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (21) Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2023, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, année TV 2023, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- (23) Médiamétrie-Médiamat, année TV 2023, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – DEI modélisée.
- (24) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, année TV 2023.
- (25) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD, année TV 2023 vs année TV 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

Plus de 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 16 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.

Le titre 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