



Paris, le 1^{er} octobre 2024 – 19h50

NRJ Group a pris connaissance avec satisfaction de l'accélération de l'instruction de son recours concernant NRJ 12 par le Conseil d'Etat

NRJ Group étudie toutes les conséquences possibles de cette décision pour son pôle Télévision

Le Conseil d'Administration de NRJ Group réuni ce jour, a examiné l'état d'avancement du dossier NRJ 12.

Le Conseil d'administration a pris connaissance avec satisfaction de la décision du Conseil d'Etat d'accélérer l'instruction du recours initié par NRJ Group et NRJ 12 contre la décision de l'ARCOM de ne pas renouveler l'autorisation de NRJ 12. Ainsi le recours au fond sera examiné par une formation collégiale au plus tard d'ici la fin du mois de novembre.

NRJ Group a pour seul objectif de faire en sorte que NRJ 12 dispose à nouveau à compter du 1^{er} mars 2025 d'une autorisation d'émettre en TNT et ainsi de pérenniser son pôle Télévision créé en 2005.

Cependant, dans l'hypothèse où la décision de l'ARCOM de priver NRJ 12 de la fréquence TNT dont elle dispose aujourd'hui serait maintenue, le Conseil d'Administration de NRJ Group considère que cela mettrait en cause la viabilité économique de la chaîne et donc son existence. Le maintien de la décision incompréhensible de l'ARCOM de ne pas renouveler la fréquence TNT de NRJ 12 pourrait donc entraîner la disparition de celle-ci mais compromettrait également le modèle économique de Chérie 25. Privée de l'effet d'entraînement de NRJ 12 et de la mutualisation des charges avec l'autre chaîne TNT du pôle, Chérie 25 enregistrerait un résultat opérationnel courant fortement et durablement négatif. Ainsi dans l'hypothèse où la décision de l'ARCOM concernant NRJ 12 devait être confirmée, toutes les mesures nécessaires au regard des lourdes pertes qu'une telle décision entraînerait pour le pôle Télévision du Groupe devraient être envisagées, y compris une éventuelle cession de Chérie 25.

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 et de l'audio grâce à ses 4 marques (NRJ, CHERIE FM, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS) ; les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 10 millions de Français ⁽¹⁾ ; Le Groupe est également 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^{re} 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 (près de 250), 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.

Source : (1) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, NRJ Global : 9 924 000 auditeurs.

Le titre NRJ GROUP est coté 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