



Paris, le 7 novembre 2024 - 17h45
 Information financière du 3^e trimestre 2024 - NRJ Group

- **Chiffre d'affaires ⁽¹⁾ consolidé des neuf premiers mois de 2024 : 282,6 M€ en progression de +1,4%**
- **1^{re} offre commerciale radio en France sur l'ensemble du public ⁽²⁾ et sur la cible prioritaire des 25-49 ans ⁽³⁾**

En millions d'euros	3 ^e trimestre			Cumul 9 mois		
	2024	2023	Variation	2024	2023	Variation
Radio	55,5	57,7	-3,8%	169,0	168,8	+0,1%
Télévision	15,4	17,8	-13,5%	54,1	54,2	-0,2%
Diffusion	20,2	19,0	+6,3%	59,5	55,7	+6,8%
Chiffre d'affaires hors échanges	91,1	94,5	-3,6%	282,6	278,7	+1,4%
Chiffre d'affaires sur échanges	3,7	4,2	-11,9%	11,6	12,4	-6,5%
Chiffre d'affaires	94,8	98,7	-4,0%	294,2	291,1	+1,1%

Après un premier semestre dynamique, les activités média du Groupe en France ont été impactées par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris pour les audiences en Télévision et en terme d'activité publicitaire. De plus, le référentiel de l'exercice précédent était particulièrement élevé pour les pôles Radio et Télévision de NRJ Group, qui avaient progressé respectivement de +6,5% et +7,2% au 3^e trimestre 2023. La conjugaison des deux éléments a pesé sur l'évolution du chiffre d'affaires consolidé hors échanges du Groupe au 3^e trimestre 2024 qui s'élève à 91,1 M€, en retrait de 3,6%.

Le pôle Diffusion poursuit, au 3^e trimestre de l'exercice 2024, sa bonne dynamique commerciale en enregistrant une croissance de +6,3% de son chiffre d'affaires ⁽¹⁾ à 20,2 M€.

Le chiffre d'affaires consolidé hors échanges des 9 premiers mois de l'exercice 2024 s'établit à 282,6 M€, en croissance de +1,4% par rapport à la même période en 2023.

Le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ consolidé du Groupe sur les 9 premiers mois de 2024 bénéficie de la puissance des marques du Groupe. En effet, selon l'étude Cross Médias ⁽⁴⁾, plus de 44 millions de Français se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.

RADIO

Selon les résultats de la vague avril-juin 2024 de Médiamétrie, 38,2 millions de Français ⁽³⁾ consacrent 2h45 chaque jour à l'écoute de la Radio ⁽⁴⁾ confirmant ainsi la puissance du média radio et leur attachement à ce média qui accompagne leur quotidien.

Avec cette dernière vague Médiamétrie, le Groupe dispose en France de la 1^{re} offre commerciale radio sur l'ensemble du public ⁽²⁾ et sur la cible prioritaire des 25-49 ans ⁽³⁾, sur laquelle il conforte sa position de leader, avec une part d'audience de 20,7% (en hausse de + 0,9 point en un an ⁽⁷⁾).

Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par plus de 9,9 millions de Français ⁽⁸⁾ (+482 000 nouveaux auditeurs quotidiens recrutés en un an ⁽⁹⁾).

(1) Hors échanges

A fin septembre 2024, **le Groupe confirme 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 ⁽¹⁰⁾ et 1^{er} groupe radio sur les 25-49 ans et les moins de 65 ans sur les enceintes à commande vocale ⁽¹¹⁾. NRJ Group occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine près de 10,8 millions d'auditeurs qui achètent en ligne ⁽¹²⁾.

Le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Radio du Groupe enregistre au troisième trimestre de l'année 2024 une baisse de -3,8%. Elle se caractérise par des tendances divergentes entre la France, où le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ baisse de -6,4% et l'international, où il progresse de +7,3%.

L'évolution du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de la radio en France au 3^e trimestre 2024 s'explique principalement par un référentiel très élevé notamment pour la radio nationale (+12,4% au T3 2023 vs T3 2022) et par une activité commerciale impactée négativement par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Sur les 9 premiers mois de 2024, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires ⁽¹⁾ de 169,0 M€, quasiment stable par rapport à la même période de 2023, avec en France une baisse de -2,8% au plan national et une hausse de +0,3% au plan local et, à l'international, une progression de +8,4%.

TÉLÉVISION

Le 3^e trimestre 2024 a été marqué en télévision par la diffusion de nombreux événements sportifs internationaux, principalement l'Euro 2024 de Football et les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris. Cette programmation exceptionnelle a favorisé l'audience des chaînes historiques qui détenaient l'exclusivité des droits de diffusion de ces événements sportifs, ce qui n'était pas le cas des autres chaînes du paysage audiovisuel français dont NRJ 12 et Chérie 25. Ainsi au 3^e trimestre 2024, la part d'audience cumulée des chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe, NRJ 12 et Chérie 25, est en baisse de -0,5 point sur la cible 25-49 ans ⁽¹³⁾ et de -0,4 point sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans ⁽¹³⁾.

Au cours des 9 premiers mois de 2024, la part d'audience cumulée du pôle Télévision du Groupe s'établit à 2,2% ⁽¹⁴⁾ sur l'ensemble du public, à 2,4% ⁽¹⁴⁾ sur la cible 25-49 ans et à 2,7% ⁽¹⁴⁾ sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans. **Sur la période, ce sont 5,0 millions de téléspectateurs qui ont regardé chaque jour NRJ 12 et 33,2 millions de téléspectateurs qui l'ont regardée chaque mois, soit 53% des Français de 4 ans et plus et 4,2 millions de téléspectateurs qui ont regardé chaque jour Chérie 25** ⁽¹⁵⁾.

De son côté, NRJ HITS a continué de bénéficier de son statut de 1^{re} chaîne musicale Box TV ⁽¹⁶⁾ et de leader sur les principales cibles commerciales ⁽¹⁷⁾ avec 5,7 millions de téléspectateurs chaque mois ⁽¹⁸⁾.

La baisse des audiences sur cibles enregistrée au 3^e trimestre 2024 a pesé sur le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision de la période qui s'élève à 15,4 M€, en retrait de 2,4 M€ par rapport à celui du 3^e trimestre de 2023, qui présentait une base de comparaison élevée (+7,2% au T3 2023).

Dans ce contexte, après un premier semestre particulièrement dynamique (+6,3%), le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Télévision du Groupe est quasi stable sur les 9 premiers mois de 2024 à 54,1 M€.

DIFFUSION

Au 3^e trimestre de l'exercice 2024, le pôle Diffusion poursuit sa bonne dynamique commerciale et enregistre une croissance de +6,3% de son chiffre d'affaires ⁽¹⁾ à 20,2 M€.

A fin septembre 2024, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ du pôle Diffusion s'élève à 59,5 M€ et affiche une progression de +6,8% par rapport aux 9 premiers mois de 2023. (+5,8% à périmètre comparable). Cette progression s'explique principalement par la poursuite du déploiement du DAB+ et par l'intégration de la société RadioKing acquise en juin 2023.

Perspectives

Au mois d'octobre 2024, le chiffre d'affaires ⁽¹⁾ des pôles Radio et Télévision devrait être stable par rapport au mois d'octobre 2023. Cependant, l'environnement économique reste incertain et la visibilité sur l'évolution du chiffre d'affaires ⁽¹⁾ média reste limitée pour les prochains mois importants de novembre et décembre 2024.

Les NRJ Music Awards 2024 se sont tenus le 1^{er} novembre 2024 et se positionnent comme :

- La 1^{re} cérémonie de France en fort hausse avec 3,57 millions de spectateurs (+11% en un an), 19,1% de PDA (+2,4 points) et plus de 30 millions de vues sur les réseaux sociaux (+133% en un an) ⁽¹⁹⁾.
- La cérémonie de remise de prix artistique la plus populaire en France devant toutes les autres.

Prochain rendez-vous : Publication du chiffre d'affaires de l'année 2024, le 6 février 2025 (après bourse).

Sources :

- (1) Hors échanges : Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.
- (2) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (3) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC et PDA.
- (4) Étude Cross Médias Vague 2024.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Médiamétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et + (44 094 000 individus, soit 81%).
- (5) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (6) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, DEA.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA. Evolution versus Avril-Juin 2023 en point.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Avril - Juin 2024, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, NRJ Global : 9 924 000 auditeurs.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, Avril-Juin 2024 vs Avril-Juin 2023.
- (10) ACPM diffusion globale des radios digitales, Septembre 2024, Groupe NRJ (données France 33 840 320 écoutes actives de plus de 30 secondes).
- (11) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, Janvier-Mars 2024, NRJ Global, Enceintes à commande vocale, LàV, 25-49 ans et 13-64 ans, 5h-24h, QHM et PDA, couplages publicitaires et Total Radio France.
- (12) Kantar Media TGI, octobre 2024, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (13) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD. Juillet - Septembre 2024 vs Juillet - Septembre 2023, évolution en point.
- (14) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Janvier - Septembre 2024, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LàD.
- (15) Médiamétrie-Médiamat, moyennes mensuelles Janvier - Septembre 2024, L à D, 3h-27h, TCE et couverture mensuelle, 4+, NRJ 12 - Chérie 25, tous écrans, toutes localisations.
- (16) Médiamétrie, Médiamat'Thematik, Audience Consolidée, vague 47 (1^{er} janvier 2024 - 16 juin 2024), L à D, 3h-27h. Ranking des chaînes musicales du câble-satellite-ADSL sur le TME 4+.
- (17) Médiamétrie, Médiamat'Thematik, Audience Consolidée, vague 47 (1^{er} janvier 2024 - 16 juin 2024), L à D, 3h-27h. dont FRDA-50 ans, 25-49 ans, 15-49 ans, 15-34 ans et les 15-24 ans, leadership en TME.
- (18) Médiamétrie, Médiamat'Thematik, Audience Consolidée, vague 47 (1^{er} janvier 2024 - 16 juin 2024), L à D, 3h-27h. Couverture 4 semaines seuil de vision 10 secondes consécutives.
- (19) NRJ MUSIC AWARD Médiamétrie – Mediamat, audience veille, TME et PDA, 4 ans et plus, TF1, 1^{er} novembre 2024. Source RS : Talkwaker, TikTok entre le 25/10 et le 4/11.

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 et de l'audio 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^{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.

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

NRJ GROUP - Société Anonyme au capital de 781 076,21 euros
Siège social : 22 rue Boileau 75016 Paris
332 036 128 RCS PARIS