



Paris, le 2 février 2023 - 17h45
Chiffre d'affaires 2022 - NRJ Group

• **Croissance du chiffre d'affaires consolidé hors échanges de + 4,2% en 2022**

En millions d'euros	4 ^{ème} trimestre			Cumul 12 mois		
	2022	2021	Variation	2022	2021	Variation
Radio	66,9	72,1	-7,2%	229,3	216,3	+6,0%
Télévision	22,7	24,4	-7,0%	79,9	82,0	-2,6%
Diffusion	17,9	17,5	+2,3%	71,2	66,8	+6,6%
Chiffre d'affaires hors échanges	107,5	114,0	-5,7%	380,4	365,1	+4,2%
Chiffre d'affaires sur échanges	5,7	5,6	+1,8%	17,7	13,5	+31,1%
Chiffre d'affaires	113,2	119,6	-5,3%	398,1	378,6	+5,2%

Compte tenu d'un effet de base défavorable et du ralentissement des investissements de certains annonceurs en raison des incertitudes économiques, NRJ Group enregistre au 4^{ème} trimestre 2022 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 107,5 M€, en baisse de -5,7% par rapport au 4^{ème} trimestre 2021.

Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires consolidé hors échanges s'établit à 380,4 M€ et affiche une croissance de +4,2% par rapport à 2021.

Cette performance est restée soutenue en 2022 par la puissance des audiences du Groupe NRJ. En effet, selon l'étude Cross Médias⁽¹⁾, ce sont plus de 8 français sur 10 qui se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.

RADIO

Le 4^{ème} trimestre 2022 est caractérisé par une baisse du marché publicitaire radio, due à l'incertitude économique, et par un effet de base défavorable. Ces deux éléments expliquent la baisse du chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle Radio de -7,2% par rapport au 4^{ème} trimestre 2021, alors que ce pôle avait enregistré une croissance de son chiffre d'affaires⁽²⁾ sur chacun des 3 premiers trimestres de l'année 2022. Pour autant, l'activité radio du Groupe enregistre sur l'année 2022 une croissance de son chiffre d'affaires hors échanges de +6,0% à 229,3 M€. Cette progression de l'activité radio se confirme tant en France, au plan national (+3,5%) et local (+13,1%), qu'à l'international (+5,3%).

En France, les derniers résultats de la vague d'audience Médiamétrie de novembre-décembre 2022 confirment la puissance du média radio avec 39,3 millions⁽³⁾ de personnes qui l'écoutent chaque jour. Avec une part d'audience sur l'ensemble du public de 14,5%⁽⁴⁾ en progression de +0,7 point sur un an⁽⁵⁾ NRJ Group absorbe 70% de la hausse enregistrée par l'ensemble des radios musicales (+1,0 point⁽⁵⁾).

Le Groupe dispose en France de la 1^{ère} offre commerciale radio sur la cible 25-49 ans avec une part d'audience de 19,0%⁽⁶⁾ et de positions de leader durables. NRJ, qui rassemble toutes les générations, est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 60 ans⁽⁷⁾, MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les moins de 55 ans⁽⁸⁾ et C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Show Radio de France l'après-midi sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽⁹⁾. Nostalgie, 2^{ème} radio musicale de France⁽¹⁰⁾, confirme son excellente dynamique et enregistre la plus forte progression de part d'audience parmi les radios musicales avec +11% en un an⁽¹¹⁾. Chérie FM conforte sa place de radio la plus féminine de France avec 60% de femmes à son écoute⁽¹²⁾ et Rire et Chansons se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 66% d'hommes parmi ses auditeurs⁽¹³⁾. Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 9,3 millions de Français⁽¹⁴⁾.

(2) Hors échanges

TÉLÉVISION

En 2022, la télévision reste le média socle le plus puissant en rassemblant en moyenne chaque jour 43,3 millions de téléspectateurs⁽¹⁵⁾ avec une durée d'écoute moyenne par individu de 3H26⁽¹⁶⁾.

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%⁽¹⁷⁾ 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⁽¹⁷⁾ gagnant 0,1 point en un an⁽¹⁸⁾ et la PDA sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans s'élève à 2,9%⁽¹⁷⁾ soit +0,1 point également en un an⁽¹⁸⁾.

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, en raison d'un effet de base défavorable, le chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle Télévision du Groupe enregistre au 4^{ème} trimestre 2022 une baisse de -7,0%, à 22,7 M€ en comparaison avec le 4^{ème} trimestre de 2021 mais demeure quasiment stable par rapport au 4^{ème} trimestre de 2019 (-0,4%).

Sur l'exercice 2022, le chiffre d'affaires⁽²⁾ du pôle Télévision s'élève à 79,9 M€, en retrait de -2,6% par rapport à l'exercice précédent.

DIFFUSION

Le pôle Diffusion clôture une année 2022 exceptionnelle avec une progression de son chiffre d'affaires⁽²⁾ 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.

Au 4^{ème} trimestre de l'exercice 2022, le pôle Diffusion a poursuivi sa croissance en enregistrant un chiffre d'affaires⁽²⁾ de 17,9 M€, en hausse de +2,3% par rapport à celui du 4^{ème} trimestre 2021, qui bénéficiait déjà en partie des très beaux succès commerciaux enregistrés en 2021.

Prochain rendez-vous : publication des résultats annuels 2022, le 22 mars 2023 (après bourse).

Sources :

- ⁽¹⁾ Étude Cross Médias Vague 2022.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Mobimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.
- ⁽²⁾ Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, en cours d'audit, établi selon les normes IFRS.
- ⁽³⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- ⁽⁴⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA.
- ⁽⁵⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ Global, Agrégat des Programmes Musicaux, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2021 en point.
- ⁽⁶⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.
- ⁽⁷⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, 13-59 ans, 5h-24h, AC.
- ⁽⁸⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, 13-54 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.
- ⁽⁹⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ, L-V, 13-64 ans, 15h00-19h00 (C'CAUET), AC.
- ⁽¹⁰⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- ⁽¹¹⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Novembre-Décembre 2021 en %.
- ⁽¹²⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- ⁽¹³⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, Rire et Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- ⁽¹⁴⁾ Médiamétrie, EAR-National, Novembre-Décembre 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 263 000 auditeurs.
- ⁽¹⁵⁾ Médiamétrie-Médiamat, année TV 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- ⁽¹⁶⁾ Médiamétrie-Médiamat, année TV 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – DEI modélisée.
- ⁽¹⁷⁾ 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.
- ⁽¹⁸⁾ 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 suivre et d'anticiper l'évolution de la consommation des médias sur les nouveaux supports en prolongement de son territoire de marques initial : sites web, applications mobiles et vocales, multi-channel network et plus de 230 radios digitales. NRJ Group est aujourd'hui le 1^{er} groupe privé de radios digitales en France et se positionne comme un agrégateur de contenu podcast au travers de son offre de podcasts replay et natifs. Cette présence digitale permet aux régies publicitaires du Groupe de proposer une offre puissante et élargie à leurs clients avec un ciblage, notamment contextuel, affiné.

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