



Paris, le 10 mai 2023 - 17h45
Information financière du 1^{er} trimestre 2023 - NRJ Group

Chiffre d'affaires⁽¹⁾ consolidé du 1^{er} trimestre 2023 stable à 84,8 M€

En millions d'euros	T1 2023	T1 2022	Variation
Radio	49,3	49,2	+0,2%
Télévision	17,4	18,6	-6,5%
Diffusion	18,1	17,6	+2,8%
Chiffre d'affaires hors échanges	84,8	85,4	-0,7%
Chiffre d'affaires sur échanges	3,3	2,8	+17,9%
Chiffre d'affaires	88,1	88,2	-0,1%

Le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2023 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 84,8 M€, en légère baisse de 0,7% par rapport à la même période de 2022. Les activités Radio et Diffusion progressent respectivement de +0,2% et de +2,8%, quand l'activité Télévision enregistre une baisse de -6,5% en lien avec celle du marché publicitaire du média télévision.

Selon l'étude Cross Médias⁽²⁾, ce sont plus de 8 français sur 10 qui se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.

RADIO

Selon la vague janvier-mars de Médiamétrie, 39,7 millions de Français⁽³⁾ ont consacré 2h36 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.

La dernière vague se caractérise par les belles performances des radios du Groupe. Avec une part d'audience sur l'ensemble du public de 15,3%⁽⁵⁾ en progression de +1,3 point sur un an⁽⁶⁾, les radios du Groupe surperforment par rapport à l'ensemble des programmes musicaux, dont la part d'audience est en croissance de +0,7 point⁽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 accroit sa position de leader, avec une part d'audience de 22,0%⁽⁹⁾ (+2,9 points en un an⁽¹⁰⁾).**

Les 4 radios du Groupe enregistrent chacune des résultats significatifs et les matinales de NRJ, Nostalgie, Chérie FM et Rire & Chansons recrutent simultanément de nouveaux auditeurs⁽¹¹⁾.

- NRJ est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans⁽¹²⁾ et enregistre sa meilleure performance historique sur les 25-49 ans avec 13,3%⁽¹³⁾ ainsi que la plus forte progression de toutes les radios⁽¹⁴⁾. MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les auditeurs de moins de 60 ans⁽¹⁵⁾. NRJ signe avec sa matinale un record historique de part d'audience avec 8,0% sur l'ensemble du public⁽¹⁶⁾. C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Show Radio de France de 15h à 19h sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽¹⁷⁾. NRJ est écoutée chaque jour par près de 4,6 millions d'auditeurs⁽¹⁸⁾.

(1) Hors échanges

- Nostalgie, 2^{ème} radio musicale de France⁽¹⁹⁾, enregistre sa meilleure performance depuis 13 ans⁽²⁰⁾, elle rassemble chaque jour près de 3,1 millions d'auditeurs⁽¹⁸⁾. La Matinale de la station, LES MATINS NOSTALGIE, affiche un gain d'audience de +9% en un an⁽²¹⁾.
- Avec près de 1,8 million d'auditeurs quotidiens⁽¹⁸⁾, Chérie FM conforte sa place de radio la plus féminine de France avec 67% de femmes à son écoute⁽²²⁾. Sa matinale LE REVEIL CHERIE enregistre une hausse de +12% de son audience⁽²³⁾.
- Rire & Chansons rassemble chaque jour plus de 1,2 million d'auditeurs⁽¹⁸⁾ et se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 68% d'hommes à son écoute⁽²⁴⁾. L'audience de sa matinale LE MORNING DU RIRE progresse de +11%⁽²⁵⁾ en un an.

Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 9,8 millions de Français⁽¹⁸⁾.

En mars 2023, les radios digitales du Groupe enregistrent de nouveaux records historiques avec une progression de 19% en un an du nombre de sessions d'écoute⁽²⁶⁾. 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⁽²⁷⁾ et 1^{ère} offre commerciale de France sur les enceintes vocales⁽²⁸⁾. 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⁽²⁹⁾.

Sur la période, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 49,3 M€ en progression de +0,2% par rapport au 1^{er} trimestre 2022. Le Groupe enregistre en France, une stabilité de son chiffre d'affaires au plan national et une baisse de -3,2% au plan local et à l'international une progression de +4,8%.

TÉLÉVISION

Les chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe (NRJ 12 et Chérie 25) enregistrent au 1^{er} trimestre de l'exercice 2023 des gains 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⁽³⁰⁾, en progression de +0,3 point⁽³¹⁾ par rapport au premier trimestre 2022. La part d'audience cumulée sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans progresse de +0,3 point⁽³¹⁾ à 3,1%⁽³⁰⁾.

Dans un contexte de marché publicitaire Télévision orienté à la baisse au 1^{er} trimestre 2023 comparé à un 1^{er} trimestre 2022 qui avait connu une forte reprise post-Covid, le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Télévision du Groupe enregistre une baisse de - 6,5%, à 17,4 M€.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2023, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 18,1 M€, en hausse de 2,8% par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2022. Cette progression s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

Perspectives

Les perspectives du Groupe pour l'exercice 2023 sont inchangées.

L'évolution du chiffre d'affaires⁽¹⁾ des pôles Radio et Télévision en avril demeure proche de celle constatée au premier trimestre 2023. Dans un contexte économique et social incertain la visibilité demeure limitée pour la suite de l'année 2023.

Prochain rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 11 mai 2023.

Sources :

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

⁽²⁾ Étude Cross Médias Vague 2022.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Mobimétrie, ACPM et Médiamétrie. Cible 15 ans et +.

⁽³⁾ Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

⁽⁴⁾ Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, DEA.

⁽⁵⁾ Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA.

- (6) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en point.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Agrégat des Programmes Musicaux, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en point.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC et PDA.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en point.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, L-V, 13 ans et +, NRJ : 6h00-10h00, Nostalgie : 6h00-09h00, Chérie FM : 6h00-09h00, Rire et Chansons : 6h00-10h00, AC.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, AC.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA. Record historique.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 5h-24h, 13 ans et +, Evolution de la PDA versus Janvier-Mars 2022.
- (15) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.
- (16) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 13 ans et +, 6h00-10h00, PDA. Record historique.
- (17) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, NRJ, L-V, 13-64 ans, 15h00-19h00 (C'CAUET), AC.
- (18) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, NRJ : 4 567 000 auditeurs. Nostalgie : 3 069 000 auditeurs. Chérie FM : 1 752 000 auditeurs. Rire & Chansons : 1 210 000 auditeurs. NRJ Global : 9 764 000 auditeurs.
- (19) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (20) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Meilleure performance enregistrée depuis septembre-octobre 2009.
- (21) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 6h00-09h00 (LES MATINS NOSTALGIE), AC. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en %.
- (22) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (23) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Chérie FM, L-V, 13 ans et +, 6h00-09h00 (LE REVEIL CHERIE), AC. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en %.
- (24) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Rire & Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure de l'AC.
- (25) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2023, Rire & Chansons, L-V, 13 ans et +, 6h00-10h00 (LE MORNING DU RIRE), AC. Evolution versus Janvier-Mars 2022 en %.
- (26) ACPM-OJD diffusion globale des radios digitales, Groupe NRJ, données France, Mars 2023 (43 010 266 écoutes actives de plus de 30 secondes) versus Mars 2022 (36 174 061 écoutes actives de plus de 30 secondes). Evolution en %.
- (27) ACPM-OJD diffusion globale des radios digitales, mars 2023, Groupe NRJ (données France 43 010 266 écoutes actives de plus de 30 secondes).
- (28) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, NRJ Global, septembre-octobre 2022, Enceintes à commande vocale, LâV, 13+, 5h-24h, AC, coupages publicitaires.
- (29) Kantar Media TGI, Avril 2023, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (30) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LâD, Janvier-Mars 2023.
- (31) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, LâD, Janvier-Mars 2023 vs Janvier-Mars 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^{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 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