

QUESTIONS FORMULEES PAR MONSIEUR JEAN LOUIS CROCI

**1<sup>ère</sup> question**

La direction a-t-elle pu évaluer l'incidence en terme d'audience des affaires concernant deux animateurs de la radio NRJ ? Avez-vous effectué une enquête concernant les conséquences de ces affaires pour l'image de la station et pour celle du groupe ?

Tout d'abord, il est important de rappeler que les deux sujets n'ont absolument rien à voir.

Concernant leurs éventuels impacts sur les audiences du groupe, les résultats Médiamétrie des vagues de novembre-décembre 2023 et de janvier-mars 2024 démontrent, qu'à date, il n'y a pas d'incidence significative.

Notre département d'études réalise régulièrement des enquêtes barométriques et la dernière qui date du 13 mai fait apparaître que ces affaires n'ont pas affecté l'image de la station.

**2<sup>ème</sup> question**

Le groupe NRJ a-t-il reçu récemment des marques d'intérêt pour towerCast ? towerCast a-t-elle vocation à rester dans le périmètre de NRJ Group ?

Si le groupe NRJ recevait une marque d'intérêt pour towerCast et décidait d'y donner suite, nous ne manquerions pas d'informer le marché.

towerCast est une activité importante pour le groupe. Le groupe NRJ, à l'instar d'autres groupes, conduit régulièrement une revue stratégique de ses actifs et étudie à l'occasion de cette revue stratégique, les options qui permettraient à ces actifs d'accélérer leur développement, tout en préservant les intérêts du Groupe.

**3<sup>ème</sup> question**

La direction est-elle optimiste pour le renouvellement à venir des fréquences TV ?

Tout d'abord, je vous confirme que NRJ 12 a déposé un dossier de candidature pour obtenir sa réattribution.

Le groupe NRJ a été un pionnier de la TNT en contribuant à l'initialisation du réseau TNT pour assurer le passage de 35% de la population couverte en 2005 à 97,3% en 2011. Il faisait partie des nouveaux entrants en 2005 avec NRJ 12 mais, contrairement à la majorité de ceux-ci qui ont quitté le paysage audiovisuel, le pôle télévision du groupe NRJ est demeuré attaché au modèle de la TNT. Cet attachement à la TNT s'est traduit par des investissements importants tant en programmes, qu'en moyens de production et de diffusion.

NRJ 12 a toute sa place dans le paysage de la TNT gratuite. Elle réunit chaque jour jusqu'à 5,4 millions de téléspectateurs et est l'une des chaînes les plus jeunes du paysage audiovisuel français.

Par ailleurs NRJ 12 s'est attachée à respecter l'ensemble de ses obligations légales et conventionnelles, et s'appuie sur un modèle économique qui a démontré sa pertinence ces dernières années. Le pôle télévision est bénéficiaire en 2023.

Pour toutes ces raisons, nous considérons que NRJ 12 dispose de tous les atouts pour obtenir sa réattribution, mais comme vous le savez, la décision appartiendra à l'ARCOM.

La situation est différente en Europe.

Nos différentes directions à l'international que nous avons interrogées, n'ont pas identifié de cas, par exemple ni en Allemagne ni en Belgique, ni même à leur connaissance en Europe, où une chaîne de télévision se serait vu refuser le renouvellement de son autorisation d'émettre par son autorité de tutelle.

La situation est également similaire aux Etats Unis où les licences accordées sont renouvelées automatiquement par la FCC pour des périodes de 8 ans sauf faute très grave de l'éditeur.

#### **4<sup>ème</sup> question**

A combien la société NRJ Group évalue-t-elle le montant de ses actifs immobiliers parisiens ?

Les 2 immeubles parisiens du Groupe pourraient être estimés à minima à 80 M€. Nous tenons toutefois à préciser que toute estimation est susceptible de fortes évolutions liées à des facteurs conjoncturels et/ou réglementaires, qu'il n'est pas possible d'anticiper.

#### **5<sup>ème</sup> question**

Les Webradios NRJ et Nostalgie sont-elles des réussites en audience ?

Sur l'année 2023, NRJ Group a confirmé sa place de 1<sup>er</sup> groupe privé de radios digitales en France avec 36,1 millions d'écoutes actives en moyenne mensuelle.

Sur cette même période, NRJ est la 1<sup>ère</sup> marque de radio musicale des radios digitales en France avec 14,3 millions d'écoutes actives en moyenne mensuelle et a reçu l'Etoile Classique Marque Radio ACPM pour la meilleure évolution de sa consommation moyenne sur 12 mois consécutifs.

Sur l'année 2023, Nostalgie est la 2<sup>ème</sup> marque de radio musicale des radios digitales en France avec 10,8 millions d'écoutes actives en moyenne mensuelle.

#### **6<sup>ème</sup> question**

Nostalgie Belgique est-elle toujours leader en Belgique francophone ?

En 2023 et pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, Nostalgie est la radio numéro 1 en Belgique francophone, avec une part de marché de 14,4% sur la cible 12 ans et +.

### **7<sup>ème</sup> question**

NRJ Sweden a-t-elle progressé en 2023 ? Même question pour NRJ Suomi ?

L'audience de NRJ en Suède a enregistré une baisse d'audience notamment en raison du morning de la station, consécutive au décès de son animateur phare. La part d'audience s'est élevée à 10,1% en 2023 contre 10,5% en 2022.

La reconstruction d'un morning prend naturellement du temps mais nous sommes confiants car la tendance à date sur le début de l'année 2024 est favorable, avec une part d'audience de janvier à avril 2024 de 10,3% contre 9,5% pour la même période de 2023.

En Finlande, l'audience cumulée de NRJ et Nostalgie a été stable en 2023 par rapport à 2022 à 6,3%.