



COMMUNIQUÉ FINANCIER

Paris, le 30 juillet 2026 – 17h45

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2026 DE NRJ GROUP

- Chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ de 149,4 M€, Résultat opérationnel courant⁽¹⁾ de 3,2 M€ et Résultat net part du Groupe de 6,3 M€ ;
- Pôle Médias : dans un marché publicitaire difficile, recul du chiffre d'affaires⁽¹⁾ de -5,4% ; résultat opérationnel courant⁽¹⁾ intégrant également des investissements majeurs dans la promotion des marques du Groupe ;
- Pôle Diffusion : chiffre d'affaires⁽¹⁾ en croissance de +1,7% et résultat opérationnel courant⁽¹⁾ en progression de +13,0%.
- Au cours du 1^{er} semestre, le Groupe a engagé plusieurs évolutions opérationnelles majeures afin de préparer la rentrée 2026, avec notamment l'adaptation des grilles de programmes, le développement de nouveaux contenus audio et vidéo et le renforcement des synergies entre radio et digital.

Le Conseil d'administration de NRJ Group, réuni ce jour, a arrêté les comptes consolidés du 1^{er} semestre de l'exercice 2026.

En millions d'euros	S1 2026	S1 2025	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	149,4	154,8	-3,5%
EBITDA ⁱⁱ hors échanges	19,7	25,3	-22,1%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,2	8,9	-64,0%
Résultat opérationnel	4,9	10,0	-51,0%
Résultat financier	5,5	5,7	-3,5%
Résultat net d'impôt des activités poursuivies	6,3	10,0	-37,0%
Résultat net d'impôt des activités abandonnées	-	(5,5)	n.a.
Résultat net de l'ensemble consolidé - part du Groupe	6,3	4,5	+40,0%

En millions d'euros	Au 30 juin 2026	Au 31 déc 2025	Variation
Excédent net de trésorerie ⁱⁱⁱ	373,2	398,0	-6,2%
Capitaux propres part du Groupe	758,1	783,3	-3,2%

Au 1^{er} semestre 2026, NRJ GROUP réalise un chiffre d'affaires consolidé⁽¹⁾ de 149,4 M€, en baisse de 3,5% par rapport au 1^{er} semestre 2025. Le recul du chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Médias (-5,4%), dans un marché publicitaire particulièrement difficile au 2^e trimestre en France, est partiellement compensé par la progression de celui du pôle Diffusion (+1,7%).

⁽¹⁾ Hors échanges : cf. annexe I.

Le résultat opérationnel courant hors échanges du Groupe s'établit ainsi à 3,2 M€ au 1^{er} semestre 2026, contre 8,9 M€ au 1^{er} semestre 2025. Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Médias recule sous l'effet combiné de la baisse de son chiffre d'affaires⁽¹⁾ et d'investissements majeurs de promotion pour soutenir les marques fortes du Groupe. Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ des pôles Diffusion et Autres activités est en progression.

Le résultat net part du Groupe progresse à 6,3 M€ au 1^{er} semestre 2026, contre 4,5 M€ au 1^{er} semestre 2025.

Au 30 juin 2026, le Groupe conserve une situation financière solide, avec un excédent net de trésorerie de 373,2 M€ et des capitaux propres part du groupe de 758,1 M€, après prise en compte, notamment, du versement du dividende au titre de l'exercice 2025 pour un montant de 31,0 M€.

ANALYSE PAR PÔLE

En millions d'euros	S1 2026	S1 2025	Variation
Médias	106,8	112,9	-5,4%
Diffusion	42,6	41,9	+1,7%
Chiffre d'affaires hors échanges	149,4	154,8	-3,5%
Médias	(5,6)	2,9	n.a.
Diffusion	10,4	9,2	+13,0%
Autres activités	(1,6)	(3,2)	-50,0%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,2	8,9	-64,0%

MÉDIAS

Au 1^{er} semestre 2026, le pôle Médias enregistre un chiffre d'affaires⁽¹⁾ de 106,8 M€, dont un effet de comparabilité défavorable de 0,7 M€ lié à l'externalisation, depuis le 1^{er} janvier 2026, de la commercialisation des espaces publicitaires de NRJ HITS. En France, le recul du chiffre d'affaires⁽¹⁾ résulte principalement du recul de la radio (-5,3%) et de la télévision (-16,7% hors effet d'externalisation de la régie). Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ des activités internationales demeure quant à lui proche de son niveau du 1^{er} semestre 2025 (-1,3%).

Après un 1^{er} trimestre plutôt résilient par rapport au 1^{er} trimestre 2025, le marché publicitaire radio en France a fortement baissé au 2^e trimestre 2026, par rapport à la même période en 2025, en raison du recul significatif des investissements publicitaires du secteur de la distribution, 1^{er} secteur annonceur du marché radio, confronté à la baisse conjoncturelle de la consommation des ménages. Cette évolution explique l'essentiel de la baisse du chiffre d'affaires⁽¹⁾ radio du Groupe au 1^{er} semestre 2026.

Les charges opérationnelles⁽¹⁾ du pôle Médias progressent de 2,2% sur le semestre, sous l'effet d'investissements majeurs de promotion engagés afin de soutenir la notoriété des marques fortes du Groupe. Les autres charges opérationnelles⁽¹⁾ du pôle Médias sont en légère diminution par rapport au 1^{er} semestre 2025. En conséquence, le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Médias s'établit à - 5,6 M€ au 1^{er} semestre 2026, contre 2,9 M€ pour la même période en 2025.

Les résultats de la vague Médiamétrie d'avril-juin 2026 illustrent la puissance du média radio et son ancrage dans le quotidien des Français : la radio rassemble chaque jour 37,6 millions d'auditeurs⁽²⁾, soit près de 66% de la population française âgée de 13 ans et plus, pour une durée moyenne d'écoute de 2h49 par jour⁽²⁾.

Ces résultats confirment également la solidité des audiences des radios du Groupe en France. Les 4 stations réunissent chaque jour 9,1 millions d'auditeurs⁽³⁾ et constituent la 1^{re} offre commerciale radio de France sur l'ensemble du public⁽⁴⁾ comme sur la cible prioritaire des 25-49 ans⁽⁵⁾, avec une part d'audience de 18,1%⁽⁶⁾ sur cette cible.

- NRJ, qui réunit plus de 3,6 millions d'auditeurs quotidiens⁽³⁾, est la 1^{re} radio de France sur les moins de 55 ans⁽⁷⁾ et sur les 25-49 ans⁽⁸⁾. Son émission "Manu sur NRJ", écoutée chaque matin par 2,3 millions d'auditeurs, est la 1^{re} matinale de France sur les moins de 55 ans⁽⁹⁾ ;
- NOSTALGIE, 2^e radio musicale de France⁽¹⁰⁾, rassemble chaque jour plus de 3,2 millions d'auditeurs⁽³⁾. Elle est la radio musicale que les Français écoutent le plus longtemps⁽¹¹⁾ ;
- CHÉRIE FM, avec plus de 1,7 million d'auditeurs quotidiens⁽³⁾, poursuit sa dynamique de progression ; la station a recruté 112 000 nouveaux auditeurs en un an⁽¹²⁾. Elle se positionne comme la radio musicale la plus féminine, avec 58% de femmes à son écoute⁽¹³⁾.
- RIRE & CHANSONS rassemble chaque jour près de 1,5 million d'auditeurs⁽³⁾. Elle se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France, avec 75% d'hommes à son écoute⁽¹⁴⁾.

Au cours du semestre, les antennes du Groupe ont proposé de nombreux rendez-vous à leurs auditeurs au travers d'émissions délocalisées et d'événements organisés dans toute la France. Le retour de l'opération « Le Bus Manu sur NRJ », qui a permis de produire et de diffuser l'émission radio en direct au plus près des auditeurs tout en créant des contenus vidéo originaux relayés sur les réseaux sociaux, a constitué l'un des temps forts du semestre.

L'étude Global Audio 2026 confirme la place centrale de l'audio dans les usages des Français. Chaque jour, 42,9 millions de Français, soit 83% des 15-80 ans, écoutent au moins un contenu audio⁽¹⁵⁾. Afin d'accompagner cette évolution des usages, le Groupe a poursuivi au cours du 1^{er} semestre 2026 le développement de son offre audio digitale. Une centaine de nouvelles radios digitales thématiques ont été lancées, portant à plus de 360 le nombre de canaux de diffusion thématiques.

Au 1^{er} semestre 2026, le Groupe confirme sa position de référence sur l'audio digital en France. Selon l'ACPM, il demeure le 1^{er} groupe privé de radios digitales, avec un total de 192,3 millions d'écoutes actives et 165,2 millions d'heures d'écoute sur le semestre⁽¹⁶⁾. Il est également le 1^{er} groupe radio privé sur les enceintes à commande vocale auprès des auditeurs de moins de 65 ans⁽¹⁷⁾. Enfin, il est le 1^{er} groupe radio sur le e-commerce, avec chaque semaine plus de 14,0 millions d'auditeurs qui achètent en ligne⁽¹⁸⁾.

Sur la période, NRJ HITS demeure la 1^{re} chaîne musicale Box TV⁽¹⁹⁾ sur les principales cibles commerciales de Médiamétrie⁽²⁰⁾. La chaîne a rassemblé en moyenne 4,6 millions de téléspectateurs par mois⁽²¹⁾. Avec une avance de 36% sur son concurrent immédiat⁽²²⁾, elle conforte son leadership.

DIFFUSION

Le chiffre d'affaires⁽¹⁾ du pôle Diffusion s'élève à 42,6 M€ au 1^{er} semestre 2026, en progression de +1,7%. Son résultat opérationnel courant⁽¹⁾ atteint 10,4 M€, contre 9,2 M€ au 1^{er} semestre 2025 (+13,0%).

Cette évolution reflète la bonne dynamique des activités de diffusion radio, soutenue notamment par le développement du DAB+, ainsi que la réduction de l'impact des décisions de l'Arcom relatives à la TNT. Au 1^{er} semestre 2026, ces décisions ont un impact défavorable de 0,7 M€ sur le chiffre d'affaires⁽¹⁾, concentré sur le 1^{er} trimestre, à comparer à 1,2 M€ au 1^{er} semestre 2025. L'impact négatif de ces décisions sur le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Diffusion s'élève à -0,1 M€ au 1^{er} semestre 2026, contre -1,2 M€ au 1^{er} semestre 2025.



Au 30 juin 2026, le pôle Diffusion maintient des positions solides sur ses marchés historiques, avec des parts de marché stables de 32,2% sur la diffusion FM privée, de 27,3% sur la diffusion FM publique et de 31,0% sur la TNT. En DAB+, il renforce ses positions avec une part de marché de 51,6%, en progression de 3 points par rapport à fin 2025.

Parallèlement, le pôle Diffusion poursuit le renforcement de ses infrastructures. Il a notamment mis en service un nouveau site en propre en remplacement d'un site TDF et déployé 32 nouveaux sites tiers afin d'accompagner le déploiement du DAB+. Au 30 juin 2026, le pôle Diffusion exploite 968 sites de diffusion contre 936 à fin 2025.

AUTRES ACTIVITÉS

Le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du pôle Autres activités s'élève à -1,6 M€ au 1^{er} semestre 2026, contre -3,2 M€ au 1^{er} semestre 2025. Cette amélioration résulte d'économies de charges définitives, qui ne se reproduiront pas nécessairement au 2nd semestre 2026.

PERSPECTIVES

Les perspectives du Groupe pour l'exercice 2026 demeurent inchangées.

MÉDIAS

La visibilité sur l'évolution du marché publicitaire demeure limitée. Sans amélioration de la conjoncture, l'activité du pôle Médias pourrait rester affectée au 2nd semestre 2026.

A compter de la rentrée de septembre, le pôle Médias mettra en œuvre plusieurs évolutions opérationnelles destinées à renforcer l'attractivité et la complémentarité de ses offres radio et digitales. Ces initiatives, préparées au cours du 1^{er} semestre, portent sur les grilles de programmes des antennes, en particulier celle de NRJ, et le développement de nouveaux contenus audio et vidéo autour des émissions et des événements de ses antennes. Elles visent à accroître les audiences du Groupe, à renforcer les synergies entre la radio et le digital, et à soutenir progressivement la monétisation de ses offres.

En Suède, le Groupe finalisera la mise en œuvre opérationnelle du passage d'une licence nationale à un réseau de licences régionales. Le maintien d'une couverture de population très proche de celle dont il bénéficie actuellement, ainsi que le renouvellement de son accord de partenariat avec le groupe Bauer, devraient permettre de limiter l'impact sur le chiffre d'affaires⁽¹⁾ et le résultat opérationnel courant⁽¹⁾ du Groupe, tant en 2026 que sur les exercices suivants.

DIFFUSION

Si la décision de l'Arcom, concernant le multiplex R3, a entraîné une réduction durable du marché de la TNT, elle ne devrait plus générer, à partir du 2nd semestre 2026, d'effet de comparabilité sur les résultats du pôle par rapport aux mêmes périodes de l'année précédente.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Les procédures d'examen limité sur les comptes consolidés résumés ont été effectuées. Le rapport, sans réserve, des commissaires aux comptes sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du rapport financier semestriel.

Le rapport financier semestriel 2026 sera mis à disposition sur le site internet du Groupe www.nrigroup.fr.

Prochain rendez-vous : publication de l'information financière du 3^e trimestre 2026, le 5 novembre 2026 (après Bourse).

ANNEXES

i Hors échanges :

En millions d'euros	S1 2026	S1 2025	Variation
Chiffre d'affaires hors échanges	149,4	154,8	-3,5%
Chiffre d'affaires sur échanges	8,7	8,1	+7,4%
Chiffre d'affaires	158,1	162,9	-2,9%
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,2	8,9	-64,0%
Résultat Opérationnel Courant sur échanges	1,7	1,1	+54,5%
Résultat Opérationnel Courant	4,9	10,0	-51,0%

ii **EBITDA :** Résultat Opérationnel Courant hors échanges, avant amortissements et variation des provisions comptabilisées au sein du résultat opérationnel courant mais après dépréciations sur actif courant.

En millions d'euros	S1 2026	S1 2025
Résultat Opérationnel Courant hors échanges	3,2	8,9
Dotations aux amortissements et dotations nettes aux provisions	10,7	10,4
Dotations aux amortissements sur droits d'utilisation	5,0	5,3
Dotation (Reprise) aux provisions pour IDR inscrite en charges de personnel	0,8	0,7
EBITDA hors échanges	19,7	25,3

iii Excédent net de trésorerie :

En millions d'euros	Au 30 juin 2026	Au 31 déc 2025
Trésorerie disponible	411,3	436,0
Obligations locatives	(38,1)	(38,0)
Excédent net de trésorerie	373,2	398,0

iv Free cash-flow :

En millions d'euros	S1 2026	S1 2025
MBA des activités poursuivies avant résultat financier et charge d'impôts	21,6	27,4
Variation du BFR lié aux activités poursuivies (hors impôts sur le résultat)	(2,2)	2,9
Impôts sur le résultat (versés) / remboursés par les activités poursuivies	0,7	(5,5)
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies (A)	20,1	24,8
Flux nets de trésorerie affectés aux opérations d'investissement des activités poursuivies (B)	(13,3)	(9,6)
Free cash-flow des activités poursuivies (A) + (B)	6,8	15,2
Free cash-flow des activités abandonnées	-	4,6
Free cash-flow	6,8	19,8

Sources :

- ¹ Hors échanges : cf. annexe I.
² Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, Total Radio, 13 ans et plus, 5h-24h, AC et DEA.
³ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ GLOBAL, 13 ans et plus, 5h-24h, AC ; NRJ : 3 647 000 ; NOSTALGIE : 3 217 000 ; CHERIE FM : 1 745 000 ; RIRE & CHANSONS : 1 462 000 et NRJ GLOBAL : 9 055 000.
⁴ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ GLOBAL, 13 ans et plus, 5h-24h, AC.
⁵ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ GLOBAL, 25-49 ans, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
⁶ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ GLOBAL, 25-49 ans, 5h-24h, PDA.
⁷ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ, 13-54 ans, 5h-24h, AC.
⁸ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ, 25-49 ans, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
⁹ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NRJ, 13-54 ans, 6h-10h, AC.
¹⁰ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NOSTALGIE, 13 ans et plus, 5h-24h, AC.
¹¹ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, NOSTALGIE, 13 ans et plus, 5h-24h, DEA.
¹² Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, CHERIE FM, 13 ans et plus, 5h-24h, évolution en AC vs. avril-juin 2025.
¹³ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, CHERIE FM, femmes, 5h-24h, structure du QHM.
¹⁴ Médiamétrie, EAR National, avril-juin 2026, L-V, RIRE & CHANSONS, hommes, 5h-24h, structure du QHM.
¹⁵ Médiamétrie, Global Audio 2026, 15-80 ans.
¹⁶ ACPM, diffusion globale des radios digitales, Groupe NRJ, données France, 1^{er} semestre 2026, nombre total d'écoutes actives (192 326 208) et durée totale d'écoute (165 205 973 heures).
¹⁷ Médiamétrie, EAR National, volet Global Radio, janvier-mars 2026, NRJ GLOBAL, enceintes à commande vocale, 13-64 ans, lundi-vendredi, 5h-24h, AC, coupages publicitaires.
¹⁸ Kantar Media TGI, avril 2026, NRJ GLOBAL, stations écoutées au cours des 8 derniers jours, achats sur internet (sites / applications) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
¹⁹ Médiamétrie, Médiamat Éditeurs Mensuel, moyenne de janvier à juin 2026, L à D, 3h-27h, ranking des chaînes musicales du câble-satellite-ADSL, 4+, TME & TCE.
²⁰ Médiamétrie, Médiamat Éditeurs Mensuel, moyenne de janvier à juin 2026, L à D, 3h-27h, leadership en TME sur les cibles 4+, 25-49 ans, 25-59 ans, 15-49 ans, FRDA 15-49 ans, 15-34 ans et FEM15+.
²¹ Médiamétrie, Médiamat Éditeurs Mensuel, moyenne de janvier à juin 2026, L à D, 3h-27h, couverture mensuelle seuil de vision 10 secondes consécutives.
²² Médiamétrie, Médiamat Éditeurs Mensuel, moyenne de janvier à juin 2026, L à D, 3h-27h, avance en % en TCE.

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

45 ans après la création de la radio NRJ par Jean-Paul BAUDECROUX, NRJ GROUP est l'un des principaux groupes de médias privés français, intégrant les métiers d'éditeur, de producteur, de diffuseur et de régie publicitaire.

En France, le Groupe occupe une position de leader sur le marché privé de la radio nationale, locale et de l'audio grâce à ses 4 marques puissantes et complémentaires (NRJ, CHERIE FM, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS), qui proposent une offre éditoriale centrée sur la musique et le divertissement. NRJ GROUP est également le 1^{er} groupe privé de radios digitales. S'appuyant sur la force de ses marques, le Groupe a développé un écosystème digital comprenant une multiplicité de contenus (flux live digital, plus de 360 radios digitales thématiques, podcasts natifs et replay), accessibles via une diversité de supports (sites web, applications mobiles, enceintes à commande vocale, plateformes tiers) pour optimiser les possibilités d'accès à ses contenus. Le Groupe commercialise les contenus dont il est éditeur mais se positionne également comme un agrégateur de contenus externes. Cette approche permet au Groupe de proposer aux annonceurs, sur le marché de l'audio digital, une offre puissante et contextuelle, dans un environnement de communication sécurisé.

A l'international, le Groupe est présent dans 12 autres pays, par le biais d'implantations directes, de partenariats ou de licences de marque, principalement avec NRJ, première marque radio internationale, et NOSTALGIE.

Le Groupe est également le 2^e opérateur du marché français de la diffusion hertzienne, à travers sa filiale TOWERCAST, qui assure la diffusion de radios en FM et en DAB+, et de télévisions en TNT, grâce à son réseau dense d'infrastructures, son expertise technologique et sa connaissance des territoires.

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 69 48
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