



Paris, le 10 mai 2022 - 17h45

Information financière du 1^{er} trimestre 2022 - NRJ Group

Fortes croissances de l'ensemble des activités du Groupe au 1^{er} trimestre 2022

En millions d'euros	T1 2022	T1 2021	Variation
Radio	49,2	43,5	+13,1%
Télévision	18,6	17,3	+7,5%
Diffusion	17,6	16,1	+9,3%
Chiffre d'affaires hors échanges	85,4	76,9	+11,1%
Chiffre d'affaires sur échanges	2,8	2,1	+33,3%
Chiffre d'affaires	88,2	79,0	+11,6%

Le Groupe enregistre au 1^{er} trimestre 2022 un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 85,4 M€, en hausse de 11,1% par rapport à la même période de 2021.

RADIO

Avec 40,2 millions⁽¹⁾ de personnes qui écoutent la radio chaque jour en France, selon les résultats de la vague d'audience Médiamétrie janvier-mars 2022, le média radio gagne à nouveau des auditeurs (+ 52 000 en un an⁽²⁾), grâce aux radios musicales et thématiques. Dans ce contexte, les radios du Groupe recrutent 61 000 nouveaux auditeurs en un an⁽³⁾. Elles surparent l'ensemble des programmes musicaux, sur cette nouvelle vague, avec une part d'audience sur l'ensemble du public en progression de 0,6 point sur un an⁽⁴⁾. **Le Groupe dispose en France de la 1^{ère} offre commerciale radio sur la cible 25-49 ans avec une part d'audience de 19,1%⁽⁵⁾ et de positions de leader solides. NRJ, qui rassemble toutes les générations, est la 1^{ère} Radio de France sur les moins de 65 ans⁽⁶⁾,** MANU DANS LE 6/10 est la 1^{ère} matinale de France sur les auditeurs de moins de 60 ans⁽⁷⁾ et C'CAUET se positionne comme le 1^{er} Show Radio de France l'après-midi sur les auditeurs de moins de 65 ans⁽⁸⁾. **Nostalgie, 2^{ème} radio musicale de France⁽⁹⁾,** confirme son excellente dynamique et enregistre la plus forte progression des radios musicales avec 235 000 auditeurs quotidiens recrutés en un an⁽¹⁰⁾. Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 9,6 millions de Français⁽¹¹⁾.

Au premier trimestre 2022, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires⁽¹²⁾ de 49,2 M€ **en progression de 13,1% par rapport au 1^{er} trimestre 2021.** Le Groupe enregistre sur son activité principale une croissance tant en France au plan national (+4,0%) et local (+31,3%) qu'à l'international (+19,3%).

Les activités digitales poursuivent leur croissance sur le 1^{er} trimestre 2022 en enregistrant un chiffre d'affaires⁽¹²⁾ **en progression de près de 15%.** Cette croissance est portée par l'ensemble de l'écosystème audio digital du Groupe, qui confirme, en mars 2022, 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⁽¹³⁾ et 1^{ère} offre commerciale de France sur les enceintes vocales⁽¹⁴⁾. Il occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine 10,8 millions d'auditeurs qui achètent en ligne⁽¹⁵⁾. Les écoutes de podcasts du Groupe progressent de plus de 15 %⁽¹⁶⁾ en un an.

TÉLÉVISION

Au 1^{er} trimestre 2022, la télévision est restée le média socle le plus puissant en rassemblant en moyenne chaque jour 44,3 millions de téléspectateurs⁽¹⁷⁾. Les Français ont conservé un lien fort avec la télévision, puisque la durée moyenne d'écoute (DEI⁽¹⁸⁾) s'élève chez les 4 ans et plus à 3h33mn⁽¹⁹⁾ soit un niveau quasiment stable par rapport à 2019 (3h38mn⁽²⁰⁾).

Les chaînes gratuites du pôle Télévision du Groupe (NRJ 12 + Chérie 25) enregistrent sur le 1^{er} trimestre de l'exercice 2022 des gains d'audience sur l'ensemble du public et sur les cibles commerciales prioritaires. Ainsi, la PDA cumulée de NRJ 12 et de Chérie 25 atteint sur les 4 ans et + et sur les 25-49 ans 2,4%⁽²¹⁾ **en progression de + 0,2 point⁽²²⁾** par rapport au premier trimestre 2021, et la PDA sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans est **en progression de + 0,3 point⁽²²⁾** à 2,8%⁽²¹⁾.

Sur les 3 premiers mois de 2022, le marché publicitaire est resté dynamique, soutenu par une forte demande des annonceurs, à l'exception de ceux des secteurs de l'alimentation et des transports. Dans ce contexte favorable le chiffre d'affaires⁽¹²⁾ du pôle TV du Groupe enregistre **une hausse de 7,5%**, à 18,6 M€. Cette croissance profite à chacune des 3 chaînes du Groupe.

DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2022, le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires⁽¹²⁾ de 17,6 M€, **en hausse de 9,3%** par rapport à celui du 1^{er} trimestre 2021. Cette progression s'explique par une croissance de l'ensemble des activités FM, TNT et DAB+.

Perspectives

L'évolution du chiffre d'affaires⁽¹²⁾ média demeure positive en avril par rapport à avril 2021 mais la visibilité reste limitée pour la suite de l'année 2022.

Prochain rendez-vous : Assemblée Générale des actionnaires, le 19 mai 2022.

Sources :

- (1) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.
- (2) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Janvier-Mars 2021.
- (3) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Janvier-Mars 2021.
- (4) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, PDA. Evolution versus Janvier-Mars 2021 en point.
- (5) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA.
- (6) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ, L-V, 13-64 ans, 5h-24h, AC.
- (7) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ, L-V, 13-59 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ, L-V, 13-64 ans, 15h00-20h00 (C'CAUET), AC.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, QHM et PDA.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC. Evolution versus Janvier-Mars 2021
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2022, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, 9 595 000 auditeurs.
- (12) Chiffre d'affaires consolidé hors échanges, non audité, établi selon les normes IFRS.
- (13) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales, Mars 2022, sessions d'écoutes actives +30 secondes, données France, Groupe NRJ : 36 174 061 sessions d'écoutes actives.
- (14) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, NRJ Global, septembre-octobre 2021, Enceintes à commande vocale, LàV, 13+, 5h-24h, AC, couplages publicitaires.
- (15) Kantar Media TGI, Avril 2022, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (16) Données internes, téléchargements qualitatifs de podcasts (> à 10%) + Données Audiomeans, nb d'écoutes. Janvier-Mars 2022 versus Janvier-Mars 2021.
- (17) Médiamétrie-Médiamat, janvier-Mars 2022, Base : Individus 4 ans et + équipés TV – Couverture au seuil de 10 secondes consécutives.
- (18) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 4+, calculée pour l'ensemble de la journée : Durée d'Ecoute par Individu = moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par l'ensemble des individus (y compris celle des non-téléspectateurs).
- (19) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 4+, janvier-Mars 2022.
- (20) Médiamétrie-Médiamat, DEI consolidée mesurée, 4+, janvier-Mars 2019.
- (21) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Mars 2022.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, 4+ et cibles citées, 03h-27h, LàD, Janvier-Mars 2022 vs Janvier-Mars 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. Une description plus détaillée de ces risques et incertitudes figure dans le Document d'enregistrement universel de la Société, 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 près 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