



Paris, le 30 avril 2025 - 17h45  
 Information financière du 1<sup>er</sup> trimestre 2025 - NRJ Group

## Chiffre d'affaires consolidé <sup>(1)</sup> de NRJ Group, hors pôle Télévision, quasiment stable au T1 2025 par rapport à l'année précédente.

En millions d'euros	T1 2025	T1 2024	Variation
Radio	50,5	52,6	-4,0%
Diffusion	20,4	19,4	+5,2%
<b>Chiffre d'affaires hors Télévision hors échanges</b>	<b>70,9</b>	<b>72,0</b>	<b>-1,5%</b>
Télévision	12,6	17,7	-28,8%
<b>Chiffre d'affaires hors échanges</b>	<b>83,5</b>	<b>89,7</b>	<b>-6,9%</b>
Chiffre d'affaires sur échanges	3,4	3,6	-5,6%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>86,9</b>	<b>93,3</b>	<b>-6,9%</b>

NRJ Group enregistre au 1<sup>er</sup> trimestre 2025, un chiffre d'affaires consolidé hors échanges de 83,5 M€ en baisse de 6,9% par rapport à celui du 1<sup>er</sup> trimestre 2024. Ce recul du chiffre d'affaires hors échanges du Groupe, s'explique principalement par celui du pôle Télévision (-28,8%), lié à l'arrêt de NRJ 12 le 1<sup>er</sup> mars 2025, suite à la décision de l'Arcom de ne pas renouveler l'autorisation d'émettre TNT de la chaîne. Hors pôle Télévision, le chiffre d'affaires hors échanges du Groupe est quasiment stable au 1<sup>er</sup> trimestre 2025 par rapport à la même période de l'année précédente (-1,5%), grâce à une forte croissance du chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> du pôle Diffusion (+5,2%) et malgré une base de comparaison très élevée pour l'activité Radio (+6,7% au T1 2024 vs T1 2023).

**Le chiffre d'affaires consolidé <sup>(1)</sup> du 1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2025 bénéficie de la puissance des marques du Groupe. En effet, selon l'étude Cross Médias <sup>(2)</sup>, plus de 40 millions de Français se divertissent chaque mois avec les médias du Groupe.**

### RADIO

Selon les résultats de la vague janvier-mars 2025 de Médiamétrie, 38,5 millions de Français <sup>(3)</sup> ont consacré 2h44 chaque jour à l'écoute de la Radio <sup>(4)</sup> confirmant ainsi la puissance du média radio et leur attachement à ce média qui accompagne leur quotidien.

**Avec cette dernière vague Médiamétrie, le Groupe dispose en France de la 1<sup>re</sup> offre commerciale radio sur l'ensemble du public <sup>(5)</sup> et sur la cible prioritaire des 25-49 ans <sup>(6)</sup>, sur laquelle il confirme sa position de leader, avec une part d'audience de 19,9% <sup>(6)</sup> (+0,2 point en un an) <sup>(7)</sup>.**

- **NRJ, qui réunit chaque jour plus de 4,2 millions d'auditeurs <sup>(8)</sup>, est la 1<sup>re</sup> Radio de France sur les moins de 60 ans <sup>(9)</sup>, sur les 25-49 ans <sup>(10)</sup> et sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans <sup>(10)</sup>.** « Manu dans le 6/10 » se positionne comme 1<sup>er</sup> morning de France sur les moins de 55 ans <sup>(11)</sup> et, lancé mi-octobre, le nouveau programme « Camille Combal sur NRJ », gagne 238 000 nouveaux auditeurs <sup>(12)</sup>, soit la plus forte progression toutes radios confondues <sup>(12)</sup> et confirme sa place de 1<sup>er</sup> show de France de 16h à 19h sur les moins de 65 ans <sup>(13)</sup>.

(1) Hors échanges

- **Nostalgie, 2<sup>e</sup> radio musicale de France** <sup>(14)</sup>, rassemble chaque jour plus de **3,3 millions d'auditeurs** <sup>(8)</sup> et se positionne comme la radio musicale avec la plus grande durée d'écoute <sup>(15)</sup>.
- **Avec près de 1,7 million d'auditeurs quotidiens** <sup>(8)</sup>, **Chérie FM conforte sa place de radio la plus féminine de France** avec 64% de femmes à son écoute <sup>(16)</sup>.
- **Rire & Chansons rassemble chaque jour 1,4 million d'auditeurs** <sup>(8)</sup> et se positionne comme la radio musicale la plus masculine de France avec 75% d'hommes à son écoute <sup>(17)</sup>.

**Les radios du Groupe sont écoutées chaque jour par près de 9,7 millions de Français** <sup>(8)</sup>.

**Au 1<sup>er</sup> trimestre 2025, 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<sup>er</sup> groupe privé de radios digitales <sup>(18)</sup> et 1<sup>er</sup> groupe privé sur les 25-49 ans sur les enceintes à commande vocale <sup>(19)</sup>. NRJ Group occupe la place de groupe radio n°1 sur le e-commerce et rassemble chaque semaine près de 10,8 millions d'auditeurs qui achètent en ligne <sup>(20)</sup>.

Dans un contexte publicitaire peu favorable au 1<sup>er</sup> trimestre 2025, le pôle Radio réalise un chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> de 50,5 M€ en retrait de -4,0% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2024 qui constituait un référentiel très élevé (+6,7% au T1 2024 vs T1 2023). La baisse du chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> concerne tant la France (-4,2%) que l'international (-3,3%).

## TÉLÉVISION

Le premier trimestre 2025 est marqué par l'arrêt de l'exploitation de la chaîne NRJ 12 le 1<sup>er</sup> mars, suite à la décision de l'Arcom de ne pas renouveler l'autorisation d'émettre TNT de la chaîne.

Sur les deux premiers mois de 2025, la part d'audience cumulée des chaînes en clair du pôle Télévision du Groupe NRJ 12 et Chérie 25 s'établit à 2,0%<sup>(21)</sup> sur l'ensemble du public, à 2,4%<sup>(21)</sup> sur la cible 25-49 ans et à 2,5%<sup>(21)</sup> sur la cible Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans. En mars, Chérie 25 voit sa part d'audience sur l'ensemble du public progresser de 0,1 point à 1,3%<sup>(22)</sup>. Chaque jour la chaîne est regardée par 4,2 millions de spectateurs <sup>(23)</sup>.

Dans ce contexte, comme le Groupe l'avait annoncé, le chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> du pôle Télévision s'établit à 12,6 M€, en fort recul de -28,8% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2024.

## DIFFUSION

Sur les 3 premiers mois de l'exercice 2025, **le pôle Diffusion enregistre un chiffre d'affaires** <sup>(1)</sup> **de 20,4 M€, en hausse de +5,2% par rapport à celui du 1<sup>er</sup> trimestre 2024**. L'arrêt de la diffusion des chaînes TNT payantes du Groupe Canal+ n'a pas d'incidence sur le chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> du pôle Diffusion du Groupe ce trimestre, puisque cet arrêt interviendra à compter du mois de juin 2025.

\*\*\*\*\*

## Perspectives

Les perspectives du Groupe pour l'exercice 2025 sont inchangées.

Le chiffre d'affaires <sup>(1)</sup> du pôle Radio en avril 2025 devrait être légèrement supérieur à celui d'avril 2024, alors que le mois de mai pourrait être moins dynamique en raison du nombre de jours fériés en France.

**Prochain rendez-vous** : Assemblée Générale des actionnaires, le 15 mai 2025.

\*\*\*\*\*

Sources :

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

<sup>(2)</sup> Étude Cross Médias Vague 2024.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par Médiamétrie, ACPM et Médiamétrie. Couverture, cible 15 ans et+ (40 332 000 individus, soit 74,1%).

<sup>(3)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

<sup>(4)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Total Radio, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, DEA.

<sup>(5)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ Global, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC.

<sup>(6)</sup> Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, AC, QHM et PDA.

- (7) Médiamétrie, EAR-National, NRJ Global, L-V, 5h-24h, 25-49 ans, PDA, évolution Janvier - Mars 2025 versus Janvier - Mars 2024 en point.
- (8) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, NRJ : 4 220 000 auditeurs, Nostalgie : 3 344 000 auditeurs, Chérie FM : 1 685 000 auditeurs, Rire & Chansons : 1 400 000 auditeurs, NRJ Global : 9 662 000 auditeurs.
- (9) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ, L-V, 13-59 ans, 5h-24h, AC.
- (10) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ, L-V, cibles citées, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (11) Médiamétrie, EAR-National, Janvier-Mars 2025, NRJ, L-V, 13-54 ans, 6h00-10h00 (MANU DANS LE 6/10), AC.
- (12) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ, L-V, 13 ans et +, 16h-19h, AC, évolution Janvier - Mars 2025 versus novembre - décembre 2024.
- (13) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, NRJ, L-V, 13-64 ans, 16h-19h, AC.
- (14) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, AC, QHM et PDA.
- (15) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Nostalgie, L-V, 13 ans et +, 5h-24h, DEA.
- (16) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Chérie FM, L-V, Femmes, 5h-24h, Structure du QHM.
- (17) Médiamétrie, EAR-National, Janvier - Mars 2025, Rire & Chansons, L-V, Hommes, 5h-24h, Structure du QHM.
- (18) ACPM diffusion globale des radios digitales, moyenne mensuelle, Janvier - Mars 2025, Groupe NRJ (données France 33 875 008 écoutes actives de plus de 30 secondes).
- (19) Médiamétrie, EAR National volet Global Radio, Septembre-Octobre 2024, NRJ Global, Enceintes à commande vocale, L à V, 25-49 ans, 5h-24h, AC, couplages publicitaires.
- (20) Kantar Media TGI, octobre 2024, stations écoutées 8 derniers jours, achats sur internet (sites/apps) au cours des 12 derniers mois, 15 ans et +.
- (21) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Pôle TV NRJ Group = agrégat NR12 + Chérie 25, cibles citées, 03h-27h, L à D, Janvier - Février 2025, tous écrans, toutes localisations.
- (22) Médiamétrie-Médiamat, PDA en jour de vision, Mars 2025, Chérie 25, 4+, 03h-27h, L à D et évolution Mars 2025 versus Mars 2024, tous écrans, toutes localisations.
- (23) Médiamétrie-Médiamat, Janvier - Mars 2025, Chérie 25, L à D, 3h-27h, 4+, TCE, tous écrans, toutes localisations.

**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](http://www.nrjgroup.fr)) à la rubrique "Finances/ Publications financières/ Rapports financiers".

#### A propos de NRJ GROUP

Plus de 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 et de l'audio grâce à ses 4 marques (NRJ, CHERIE FM, NOSTALGIE et RIRE & CHANSONS) ; est un acteur du marché de la télévision qui opère et développe une chaîne nationale gratuite (CHERIE 25) et une chaîne payante (NRJ HITS, 1<sup>re</sup> chaîne musicale du câble-satellite-ADSL) et est le 2<sup>e</sup> 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 (près de 250), 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<sup>er</sup> 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 14 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.

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](http://www.nrjgroup.fr)  
FTI Consulting – Arnaud de Cheffontaines | Cosme Julien-Madoni | Tel : + 33 1 47 03 68 19  
[nrjgroup@fticonsulting.com](mailto: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