



**PROJET D'ACQUISITION DES
ACTIVITES RADIO DE RTL GROUPE EN
FRANCE**

13 décembre 2016

LE POLE RADIO RTL, UNE OPPORTUNITE FORTE



ACQUISITION D'UN LEADER, DANS
UN MARCHÉ SOLIDE ET STABLE

UNE NOUVELLE
CONTRIBUTION A L'EBITA

CREATION D'UNE REGIE
PUBLICITAIRE PLURIMEDIA

POTENTIEL DE SYNERGIES



OPTIMISATION DE LA STRUCTURE BILANCIELLE DE M6
PERMETTANT UNE FORTE CREATION DE VALEUR POUR
L'ACTIONNAIRE

1. PRESENTATION DU POLE RADIO



GROUPE

Le 1^{er} Groupe privé de Radio français

RTL 1^{ÈRE} RADIO
DE FRANCE

6,4 M°
d'auditeurs / jour

2h21
d'écoute en moyenne

N°1 Leadership sur
tous les indicateurs
AC - QHM - PDA - DEA

Radio leader en PDAC
sur les cibles principales

17,9% 13+ **11,7%** 25-59 ans **14%** CSP+i

funradio LE SON DANCEFLOOR 2^{ÈME} RADIO
MUSICALE DE FRANCE

3,4 M°
d'auditeurs / jour

1h25
d'écoute en moyenne

8,1% de PDAC
sur les 25-49 ans

58% de 25-49 ans
Ind. 156 vs radio

33 ans d'âge moyen

RTL2 LE SON POP ROCK 2^{ÈME} RADIO
MUSICALE SUR LES CSP+i

2,4 M°
d'auditeurs / jour

1h23
d'écoute en moyenne

+12% d'auditeurs à
chaque instant
vs 2015

38% de CSP+i
Ind. 143 vs radio

44 ans d'âge moyen

Source : Médiamétrie 126 000 Radio Septembre-Octobre 2016, Lundi-Vendredi, 05h-24h.

IP France: leadership en part d'audience commerciale base régies privées nationales, cibles 13+, 25-59 ans et CSP+i. AC, cible 13+.

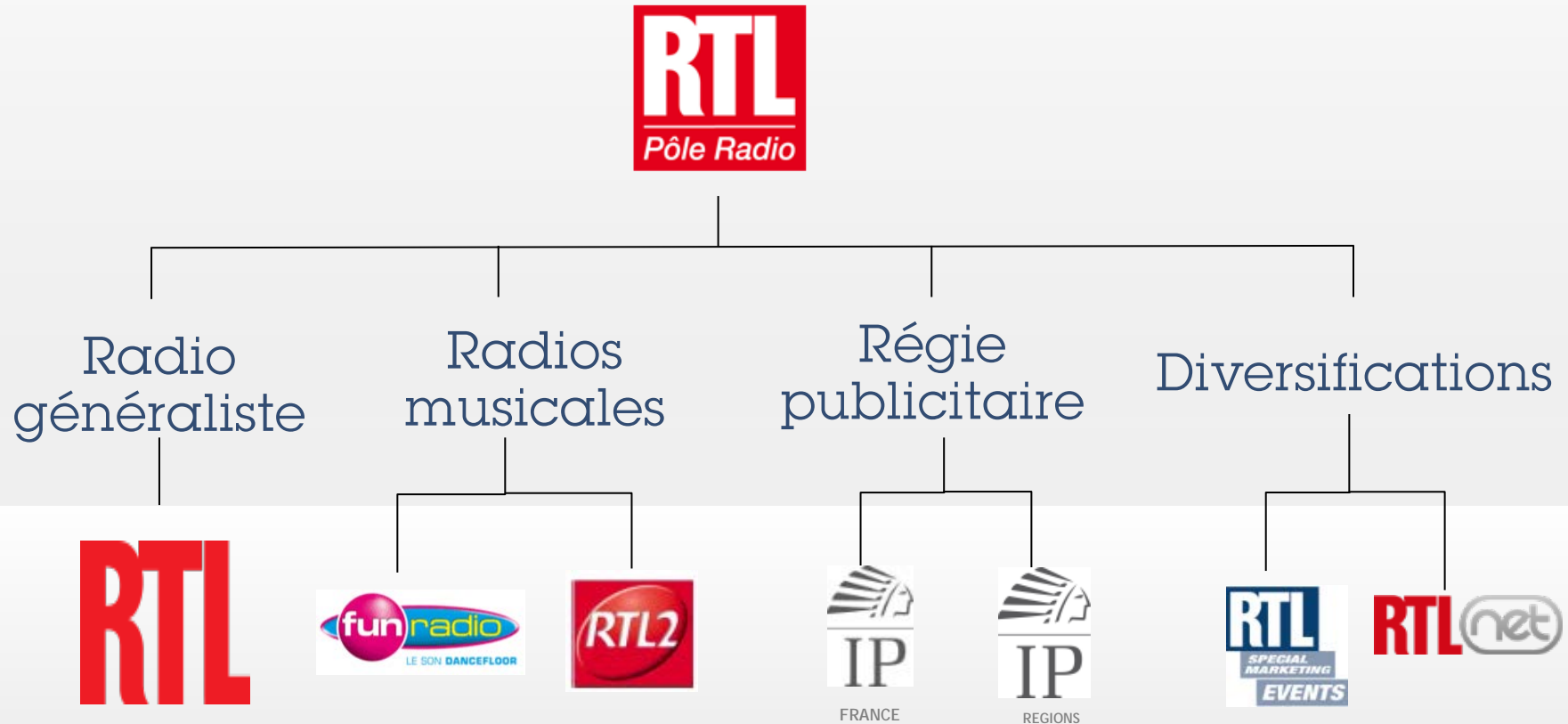
RTL: radio privée leader en AC, DEA, QHM et PDA, cible 13+. AC et DEA, cible 13+. PDAC et leadership base 16 radios commerciales (hors Indés Radios) sur cibles RTL Matin - 7h-9h30: AC, cible 13+. Leadership en AC, QHM, DEA et PDAC sur cible 13+, univers des radios privées (hors Indés Radios).

FUN Radio: ranking univers des radios musicales en PDAC base 16 stations commerciales, cible 13+. AC et DEA, cible 13+. PDAC base 16 stations commerciales, cible 25-49 ans. QHM en structure et indice vs total radio, sur cible 25-49 ans. Age moyen base QHM Bruno dans la Radio - 6h-9h: AC, cible 13+. Ranking en PDAC, univers des radios musicales, cible 13+.

RTL2: ranking en PDAC base 16 stations commerciales, univers des radios musicales, ex-aequo avec Fun Radio, cible CSP+i. AC et DEA, cible 13+. Evolution du QHM vs 2015, cible 13+. QHM en structure et indice vs univers total Radio, cible CSP+i. Age moyen base QHM Le Double Expresso - 6h-9h: AC, cible 13+. Ranking en PDAC, univers des radios musicales adultes, cible CSP+i.

1. PRESENTATION DU POLE RADIO

- Acquisition d'un ensemble de sociétés sous condition d'agrément :
 - du CSA (Loi du 30 septembre 1986)
 - du Gouvernement luxembourgeois



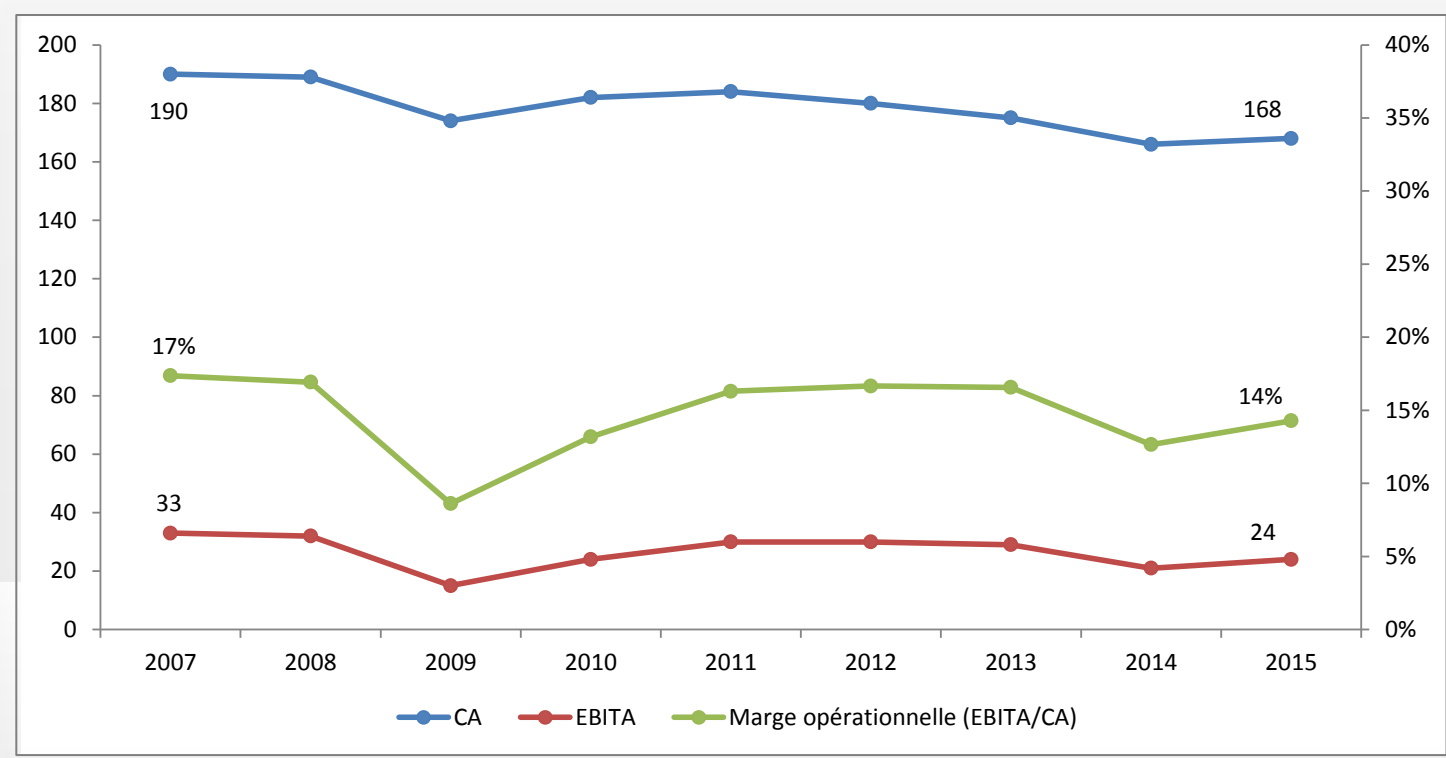


GROUPE

1. PRESENTATION DU POLE RADIO

- Chiffres clés du pôle Radio de RTL Group en France : une performance financière stabilisée

Chiffre d'affaires et EBITA (en M€)

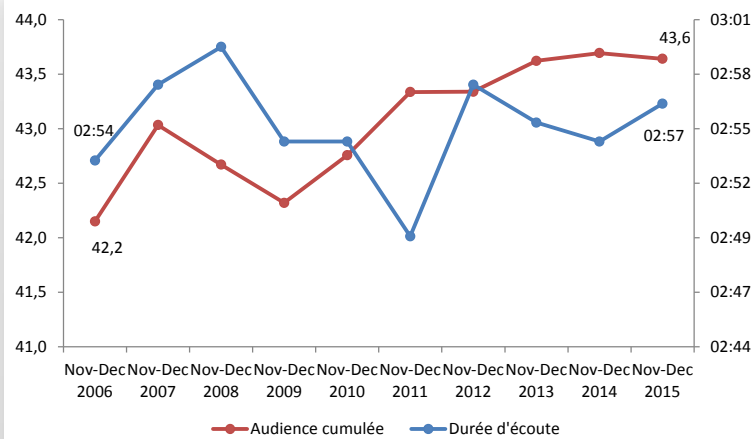


2. LE MARCHÉ RADIO EN FRANCE



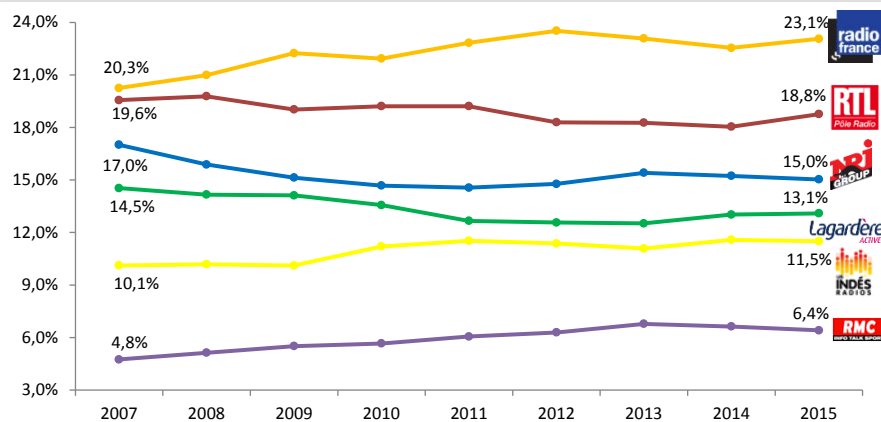
■ Un marché stable, fragmenté où RTL est leader

Audience cumulée et durée d'écoute



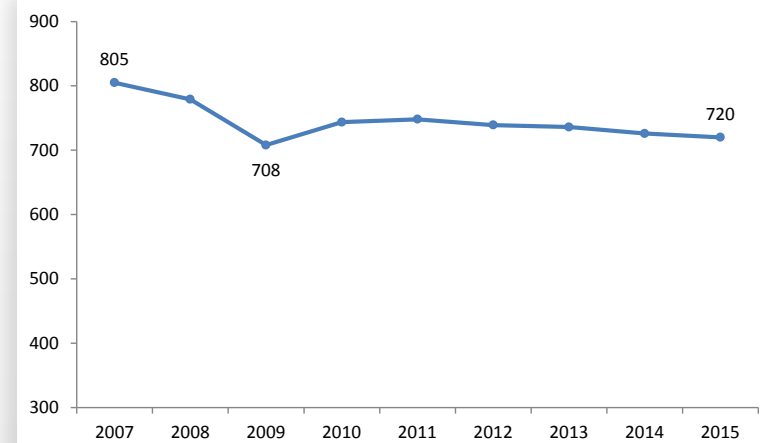
Source : Enquêtes Mediamétrie 126 Radio - L'audience de la Radio en France
Audience cumulée : en millions de personnes ayant écouté la radio au moins une fois dans la journée

Part d'audience Groupe



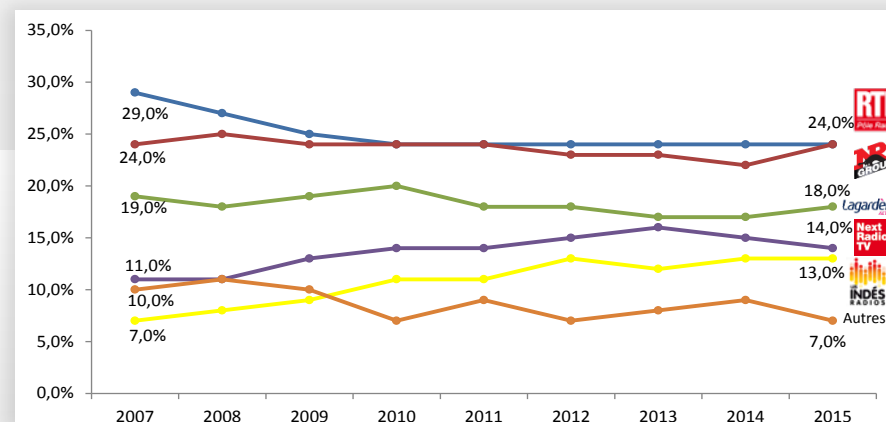
Source : Enquêtes Mediamétrie 126 Radio - L'audience de la Radio en France

Marché publicitaire net (M€)



Source : IREP

Part de marché publicitaire brut Groupe



























Source : CSA - Les chiffres clés de l'audiovisuel français

2. LE MARCHE RADIO EN FRANCE

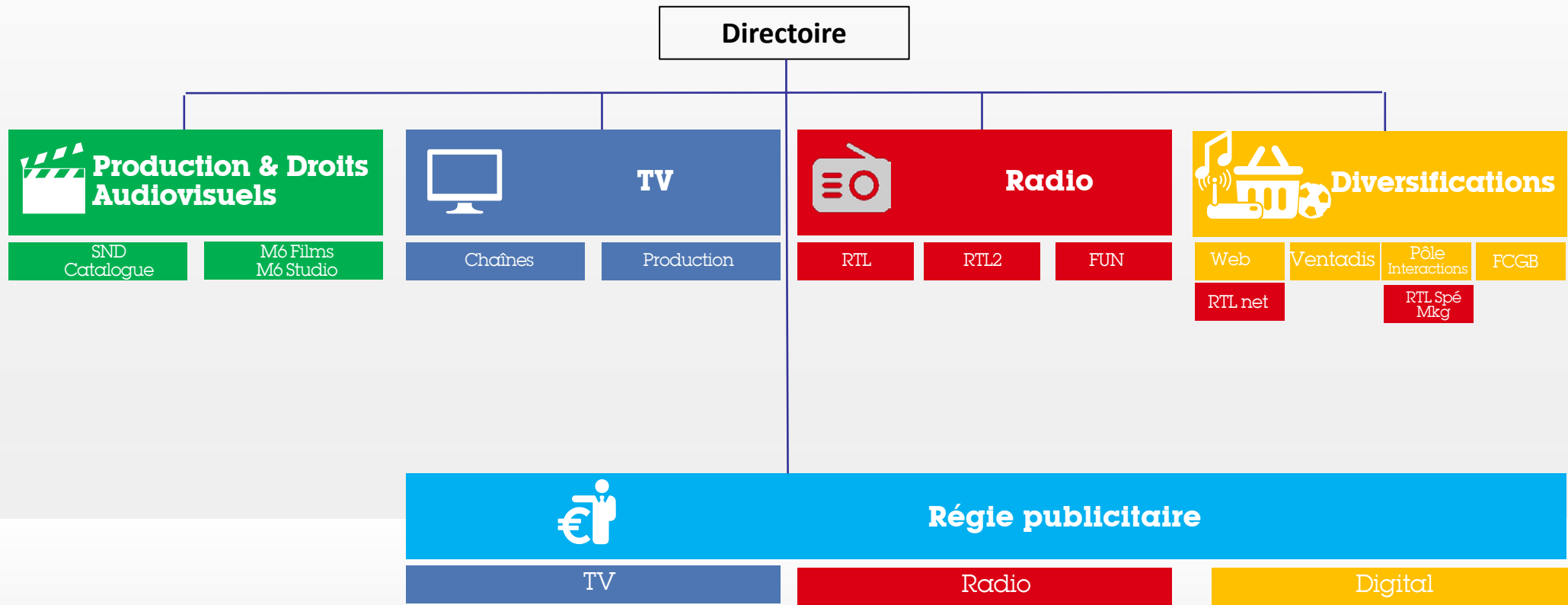


■ Une concurrence déjà plurimédia

					
Régie	Radio / Digital 	Radio / TV / Digital 	Radio / TV / Digital / Presse 	Radio / TV / Digital 	Radio / TV / Digital 
Radio					
TV					
Digital					
Presse					

3. DESCRIPTION DE L'OPERATION

- Le projet industriel : une quatrième activité dans le Groupe M6 et une régie publicitaire plurimédia



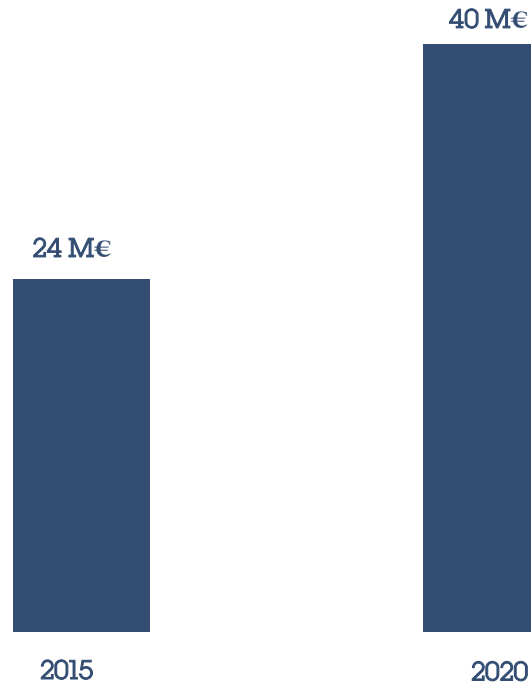
3. DESCRIPTION DE L'OPERATION

- Le Groupe M6 vise un EBITA de 40 M€ pour le pôle radio à horizon 2020

Rapprochement des équipes commerciales dédiées aux marchés Télévision, Radio et Digital, afin de renforcer l'attractivité des offres marketing et publicitaires en s'appuyant sur la complémentarité des publics et des moments de consommation de chaque média

Renforcement des activités et services digitaux, car la croissance rapide de la consommation des deux médias en format numérique non linéaire exige une forte capacité d'innovation et d'investissement, qui sera plus performante avec l'action coordonnée des différentes équipes

EBITA



Innovations dans les contenus, dont l'Information, grâce au leadership de RTL, mais aussi les Divertissements et la Musique, avec les stations musicales et les chaînes du Groupe

Partage des compétences dans les métiers de support, autour des meilleurs outils de gestion et techniques, en visant une amélioration continue des processus et organisations au service des opérationnels

3. DESCRIPTION DE L'OPERATION

- M6 souhaiterait financer 100% de l'opération par un endettement long

Prix : 216 M€ (*hors trésorerie*)

Capacité d'endettement

- ❖ Ratio secteur TV : 0,9 x EBITDA
- => Capacité M6 ~ 300 M€

Profil Trésorerie consolidée M6

- ❖ Trésorerie au 30/09/2016 ; 125,5 M€

Scenarii

- ❖ Financement : 200 / 240 M€
- ❖ Durée envisagée : 7 / 12 ans
- ❖ Pour bénéficier des conditions de marché favorables, M6 va mettre en concurrence plusieurs établissements bancaires

Profil Emprunteur

- ❖ Trésorerie nette positive avant l'opération
- ❖ Maintien de la capacité d'investissement
- ❖ Maintien de la capacité distributive

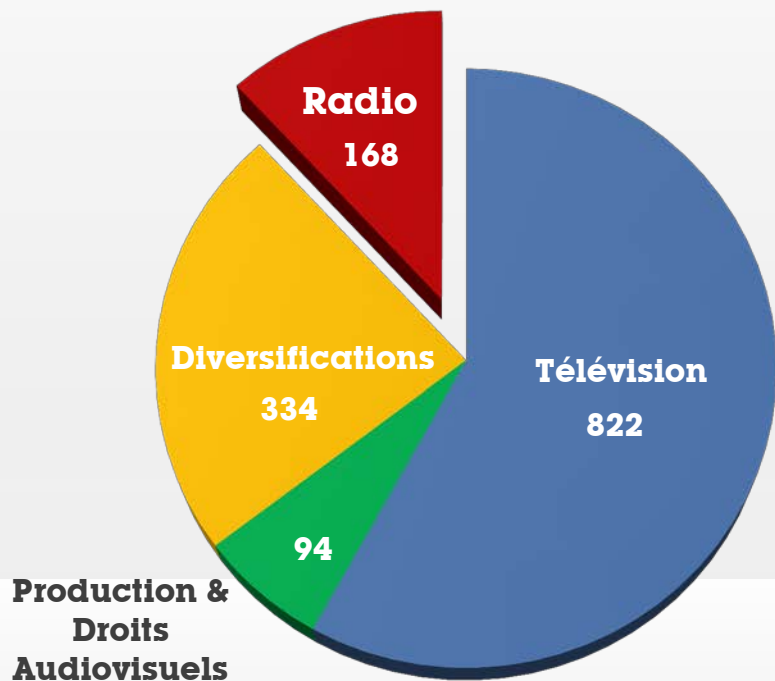
3. DESCRIPTION DE L'OPERATION

■ Chiffres clés du nouvel ensemble – Combiné

Chiffre d'Affaires Combiné 2015

1 418 M€

(en M€)



EBITA Combiné 2015

224 M€

Production & Droits Audiovisuels

