

RESULTATS CONSOLIDÉS AU 30 JUIN 2018

Chiffre d'affaires consolidé : 738,0 M€ (+11,4%)

Résultat opérationnel courant (EBITA) : 129,4 M€ (+9,1%)

Marge opérationnelle courante : 17,5%

Le Conseil de Surveillance du 24 juillet 2018 a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2018 arrêtés par le Directoire.

en M€ ¹	30-juin-18	30-juin-17	% variation
Chiffre d'affaires consolidé	738,0	662,4	+11,4%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	527,1	445,3	+18,4%
- dont publicité chaînes gratuites	417,7	413,8	+0,9%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres médias	109,4	31,4	+248,0%
Chiffre d'affaires non publicitaire	210,9	217,1	-2,8%
Résultat opérationnel courant avant dépréciations et amortissements (EBITDA) consolidé	180,8	172,4	+4,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé	129,4	118,7	+9,1%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-1,4	-1,0	n.a
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	128,0	117,7	+8,8%
Résultat financier	-1,2	-0,8	n.a
Part dans les sociétés mises en équivalence	-1,7	1,0	n.a
Impôts différés et exigibles	-45,6	-48,7	-6,5%
Résultat net de la période	79,5	69,1	+15,1%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	79,5	69,1	+15,1%

*
* *

A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2018, le Groupe M6 enregistre **un chiffre d'affaires consolidé de 738,0 M€**, en hausse de +11,4% par rapport au 1^{er} semestre 2017. L'activité Radio (77,8 M€) est intégrée depuis le 1^{er} octobre dernier.

En hausse de +10,7 M€, **le résultat opérationnel courant (EBITA)² atteint 129,4 M€**, soit **une marge opérationnelle de 17,5%**.

La charge d'impôt s'élève à -45,6 M€, en baisse de 3,2 M€ sur un an.

Le résultat net se monte ainsi à 79,5 M€, soit une marge nette de 10,8%.

¹ L'information présentée vise à faire ressortir la répartition du chiffre d'affaires consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent le chiffre d'affaires des chaînes de télévision gratuite M6, W9 et 6ter et de la plateforme 6play, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, le chiffre d'affaires publicitaire des radios RTL, RTL2 et Fun et la part publicitaire du chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

² Le résultat opérationnel courant (ou EBITA) se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.



En application de l'IFRS 8, la contribution des 4 secteurs d'activités du Groupe au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est la suivante :

en M€	1 ^{er} Trimestre			2 ^{ème} Trimestre			1 ^{er} Semestre		
	2018	2017	%	2018	2017	%	2018	2017	%
TV	235,3	220,7	+6,6%	247,3	246,5	+0,3%	482,7	467,2	+3,3%
Radio	34,8	-	-	42,9	-	-	77,8	-	-
Production & Droits audiovisuels	17,7	29,8	-40,6%	14,2	19,5	-27,1%	31,9	49,3	-35,3%
Diversifications	71,3	73,1	-2,5%	74,2	72,6	+2,3%	145,5	145,7	-0,2%
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,1	0,1	n.a	0,2	0,2	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	359,2	323,7	+11,0%	378,8	338,7	+11,8%	738,0	662,4	+11,4%
TV							120,1	106,9	+12,3%
Radio							10,4	-	-
Production & Droits audiovisuels							7,1	4,6	+56,2%
Diversifications							-4,2	10,6	n.a
Résultats non affectés							-4,0	-3,5	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)							129,4	118,7	+9,1%

■ TELEVISION

Les chaînes gratuites du Groupe M6 réalisent sur le 1^{er} semestre 2018 une part d'audience moyenne de 13,4% sur l'ensemble du public (-0,4 pt par rapport au S1 2017, source *Médiamétrie*) et de 21,1% (-0,7 pt) sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, alors que le groupe public France Télévisions est le seul acteur historique à progresser.

- la chaîne **M6** maintient son rang de 2^{ème} chaîne nationale auprès de la cible commerciale sur l'ensemble de la journée. Avec 2,6 M de téléspectateurs en moyenne, M6 délivre au 1^{er} semestre 2018 une solide performance sur le créneau horaire stratégique du prime time, à un bon niveau sur la cible commerciale (17% de part d'audience). Certaines de ses marques fortes dans les programmes de flux progressent encore, à l'image de *Top Chef* (3,1 M de téléspectateurs en moyenne, à 24% de part d'audience sur les FRDA-50, soit la meilleure saison FRDA-50 depuis 5 ans) et *Zone Interdite* (2,7 M, à 19% sur les FRDA-50, soit la meilleure saison FRDA-50 depuis 10 ans). Le lancement de la fiction française *Souviens-toi* a également été un succès, avec 3,4 M de téléspectateurs en moyenne, à 20% de part d'audience sur la cible commerciale. Enfin, la finale de l'Europa League a réuni 6,7 M de téléspectateurs, soit la meilleure audience du semestre pour la chaîne ;
- **W9** se classe leader des chaînes TNT en 1^{ère} partie de soirée (21h15-22h45) auprès de l'ensemble du public et reprend la 2^{ème} place des chaînes TNT sur la cible commerciale sur l'ensemble de la journée. La chaîne réalise ainsi la meilleure audience pour un film sur la TNT au 1^{er} semestre, avec 2,2 M de téléspectateurs pour *Indiana Jones et le royaume du crâne de cristal*. En avant-soirée, les séries-réalité de W9 rassemblent un public large et jeune, avec 1,1 M de téléspectateurs en moyenne sur les 4 écrans ;
- **6ter** confirme sa position de 5^{ème} chaîne TNT toutes générations confondues auprès des FRDA-50, grâce à une offre de programmes variée pour l'ensemble de la famille.

Avec une part d'audience de 6,5% sur la cible commerciale, Puissance TNT conforte sa position d'offre publicitaire leader de la TNT, et creuse l'écart face à ses principaux concurrents.

Dans un marché publicitaire sans dynamisme, les chaînes gratuites du Groupe M6 ont vu leur chiffre d'affaires publicitaire progresser de +0,9% au 1^{er} semestre.

L'activité publicitaire de 6play poursuit sa progression, portée par le dynamisme de la plateforme qui rassemble désormais près de 22 M d'inscrits.



Les accords de distribution signés en début d'année, qui sécurisent la diffusion des chaînes payantes en l'associant avec la rémunération des chaînes gratuites et leurs services associés, ont un impact significatif sur l'EBITA du 1^{er} semestre.

Par ailleurs, les chaînes payantes du Groupe M6 consolident leur place parmi les meilleures chaînes payantes. A l'issue de sa meilleure vague historique, **Paris Première** confirme son statut de chaîne payante la plus regardée, avec 10,5 M de téléspectateurs chaque mois. Avec une part d'audience de 1% sur les FRDA-50, **Téva** se classe, pour sa part, première chaîne payante sur la cible commerciale pour la 15^{ème} vague consécutive (*source : Médiamétrie Médiamat Thématik, du 1^{er} janvier 2018 au 17 juin 2018*).

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 120,1 M€ à l'EBITA consolidé, contre 106,9 M€ au 30 juin 2017. Avec un coût de la grille des chaînes gratuites de 224,5 M€ (en hausse de 3,4 M€), la marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe atteint 24,9%.

■ RADIO

Sur le 1^{er} semestre 2018, le pôle RTL Radio conforte son statut de 1^{er} groupe radio privé de France avec une part d'audience de 19,8% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus (+1,0 pt sur un an, *source Médiamétrie*), sa meilleure performance depuis 10 ans :

- **RTL**, 1^{ère} radio de France, réalise une part d'audience de 12,9% en progression de +0,4 pt en un an. L'écart se creuse avec son plus proche concurrent, France Inter, désormais devancé de près de 2 pts ;
- **Fun Radio** est stable, à 3,9% de part d'audience ;
- **RTL2** réalise une part d'audience de 3,0%, en nette progression de +0,5 pt sur un an, lui permettant de dépasser ses concurrentes Virgin Radio et Chérie.

Sur l'ensemble de la saison 2017/2018, les stations du Groupe M6 atteignent une part d'audience de 19,7% (+0,7 point sur un an), niveau le plus haut depuis 10 ans. RTL Radio est le seul groupe privé à progresser en continu sur les 4 dernières saisons.

Les 3 stations progressent d'ailleurs chacune sur le *peak time* de la radio. *RTL Matin* d'Yves Calvi, qui gagne +0,5 pt de part d'audience, redevient leader. *Bruno dans la radio*, la matinale de Fun Radio, établit son record de part d'audience depuis 15 ans. RTL 2, avec le *Double Espresso*, gagne, pour sa part, +0,2 pt de part d'audience.

Sur les six premiers mois de l'année, **le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 77,8 M€.**

L'EBITA se monte à 10,4 M€, reflétant la mise en œuvre des premières synergies.

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

Au 1^{er} semestre 2018, le chiffre d'affaires de l'activité Production et Droits audiovisuels s'élève à 31,9 M€, en baisse de -17,4 M€ sur un an, en raison essentiellement d'un calendrier de sorties cinéma moins puissant. Les films distribués par **SND** ont en effet cumulé 2,9 millions d'entrées, contre 6,3 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2017.

Le 1^{er} semestre a également été marqué par les sorties de 4 films financés par **M6 Films** qui totalisent 2,9 M d'entrées en salles.

L'EBITA s'établit à 7,1 M€, contre 4,6 M€ au 1^{er} semestre 2017. Cette hausse s'explique essentiellement par l'amélioration de l'activité des sociétés de production, et notamment de **Golden Network**.

■ DIVERSIFICATIONS

Au 1^{er} semestre 2018, **le chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 145,5 M€ (-0,2%)**, avec une **contribution à l'EBITA de -4,2 M€**. Au cours du semestre,

- **Ventadis** a vu son chiffre d'affaires diminuer en raison d'une gamme de produits en cours de renouvellement. Cet effet a été compensé en partie par le succès des émissions et opérations spéciales réalisées pour les 30 ans de M6boutique ;



- le chiffre d'affaires de **M6 Web** a augmenté, profitant du dynamisme d'iGraal. Dans un marché publicitaire du display très concurrentiel, l'activité publicitaire des portails a, en outre, bien résisté ;
- le **F.C.G.B** a terminé le championnat de France de Ligue 1 à la 6^{ème} place (vs. 6^{ème} lors de la saison 2016/2017), qualificative pour le 2^{ème} tour préliminaire de la Ligue Europa. Les pertes du club s'élèvent à -17,6 M€ en raison du remplacement du staff technique en janvier et de la non-réalisation de cessions de joueurs, prévues au 2^{ème} semestre.

■ EVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 30 juin 2018, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 625,8 M€, contre 575,8 M€ au 30 juin 2017.

La trésorerie nette se monte à -115,2 M€, contre +63,6 M€ à fin juin 2017, en raison essentiellement du financement externe de l'acquisition de RTL Radio.

Neuilly sur Seine, le 24 juillet 2018

Une conférence téléphonique se tiendra le 24 juillet 2018 à 18:30 (CEST). Une webcast sera diffusée à partir du site www.groupem6.fr (rubrique Finance).

Les coordonnées permettant de suivre la conférence par téléphone sont disponibles à cette même adresse. Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés semestriels seront mis en ligne à compter de 18:00, étant précisé que les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et qu'un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

Prochaine publication : Information financière du 3^{ème} trimestre le 5 novembre 2018 après clôture de la bourse

*M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*