

POINT DE SITUATION DU GROUPE M6 SUR LES CONSÉQUENCES DE L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19

Dans un souci de transparence, le Groupe M6 tient à préciser les impacts actuels de l'épidémie de coronavirus sur son activité.

Le Groupe M6 a mis en application un plan de continuité d'activité qui vise, tout d'abord, la protection de la santé de ses collaborateurs et des partenaires du Groupe, ainsi que la poursuite de ses missions, notamment dans les domaines de l'information et du divertissement sur ses antennes télévisions, radios et digitales.

Le Groupe a subi, comme les groupes médias européens, de nombreux reports et annulations de campagnes publicitaires en télévision, radio et sur le digital. Ces reports et annulations auront un impact significatif sur le chiffre d'affaires, notamment au deuxième trimestre.

Afin de faire face à cette situation, et s'assurer des meilleures conditions de reprise de l'activité, le Groupe a pris les mesures nécessaires pour alléger ses coûts, notamment ses coûts de programmes, au-delà du report des événements sportifs comme l'Euro 2020.

Des mesures de chômage partiel vont être mises en place, tout en s'assurant de la préservation de l'essentiel du pouvoir d'achat des collaborateurs.

D'autres activités du Groupe sont affectées, comme la production et la distribution de films (SND et M6 Films) et la production d'émissions (Studio 89, C Productions, Golden Network). La majorité des productions et diffusions suspendues feront l'objet d'un report.

Dans ce contexte, le Groupe a décidé de reporter son Assemblée Générale annuelle à la deuxième quinzaine du mois de juin et se prononcera dans les prochaines semaines sur la question du dividende au titre de l'exercice 2019.

Peu endetté, le Groupe dispose d'une liquidité assurée et confortée à la fois par la mise à disposition des lignes de crédit ouvertes et par la finalisation de l'opération de rapprochement entre iGraal et Global Savings Group (35 M€ encaissés).

La solidité du Groupe, sa diversité et la détermination de ses collaborateurs permettent d'envisager une reprise solide après la fin de la crise sanitaire.

Des informations actualisées sur les perspectives publicitaires et le plan d'économies seront fournies lors de la publication des résultats du 1^{er} trimestre le 28 avril.

Neuilly-sur-Seine, le 24 mars 2020