



HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

30TH JUNE, 2018

METROPOLE TELEVISION



Contents

1. M6 GROUP PRESENTATION	4
1.1. Key figures	4
1.2. Group structure	6
1.3. Data on the Group's main markets and operations	7
1.4. Other highlights and significant events since 1 January 2017	16
2. CORPORATE GOVERNANCE	18
2.1. Supervisory Board	18
2.2. Executive Board	19
3. SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE	20
4. RISK FACTORS AND THEIR MANAGEMENT	21
4.1. Risks and uncertainties regarding the first half of the year	21
4.2. Risks and uncertainties regarding the second half of the year	22
5. HALF-YEAR FINANCIAL REPORT	23
5.1. Consolidated statement of comprehensive income	23
5.2. Consolidated statement of financial position	26
5.3. Consolidated cash flow statement	27
5.4. Related parties	27
5.5. Post-balance sheet events	27
6. FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES	28
7. GROUP WORKFORCE	53
8. ADDITIONAL INFORMATION	54
8.1. Statutory auditors' report	54
8.2. Statement of person responsible	55





HALF-YEAR FINANCIAL REPORT
Half-year ended 30 June 2018
Métropole Télévision



We hereby present the financial report for the half-year ended 30 June 2018, prepared in accordance with the provisions of Articles L. 451 -1-2 III of the Monetary and Financial Code and 222-4 and subsequent of the General Regulations of the AMF.

This report will be circulated in accordance with the provisions of Article 221-3 of the General Regulations of the AMF. It will notably be available on our Company's website, www.groupeM6.fr.

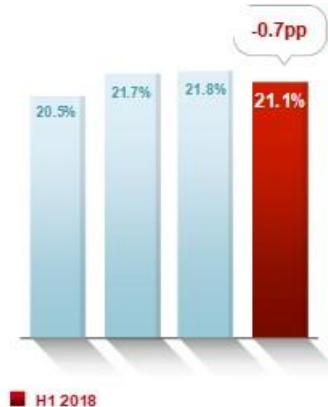
1 - M6 GROUP PRESENTATION

1.1 KEY FIGURES

Audience share 4+ Free-to-air channels



Audience share WRP<50 Free-to-air channels



Audience share 13+ RTL Radio Station



13+ audience share Radio division



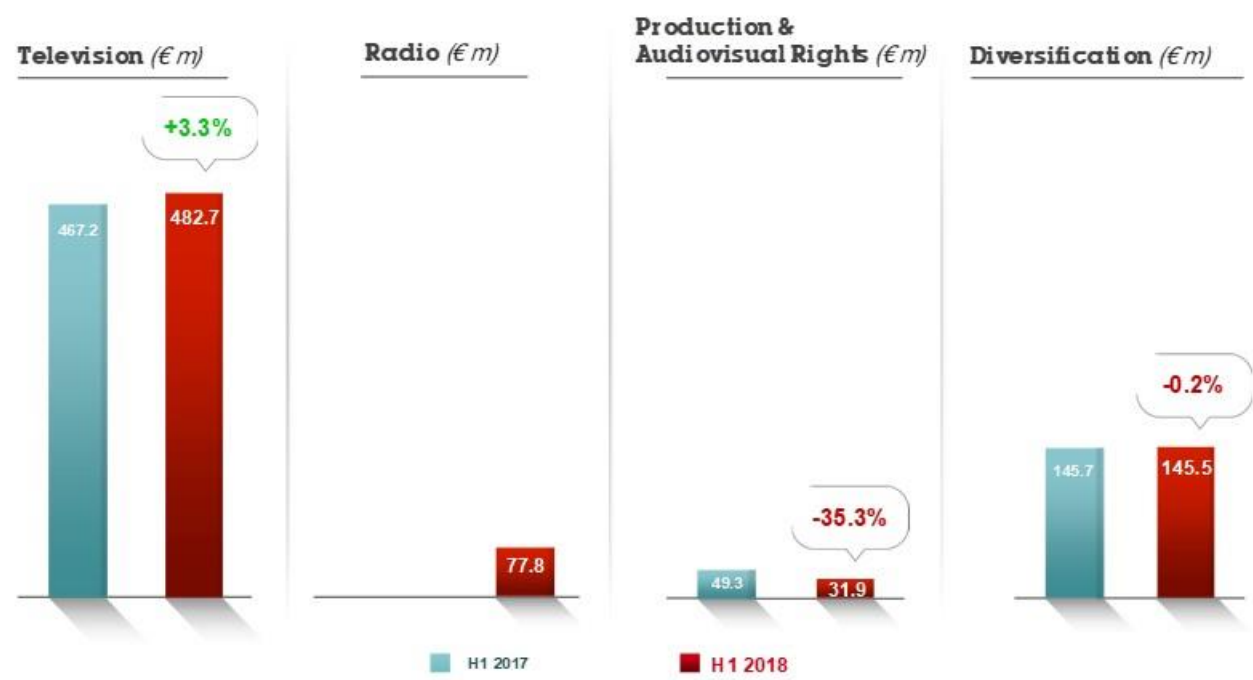
*recalculated

Revenue, EBITA and net profit



EBITA is defined in Chapter 5 of this Half-Year Report.

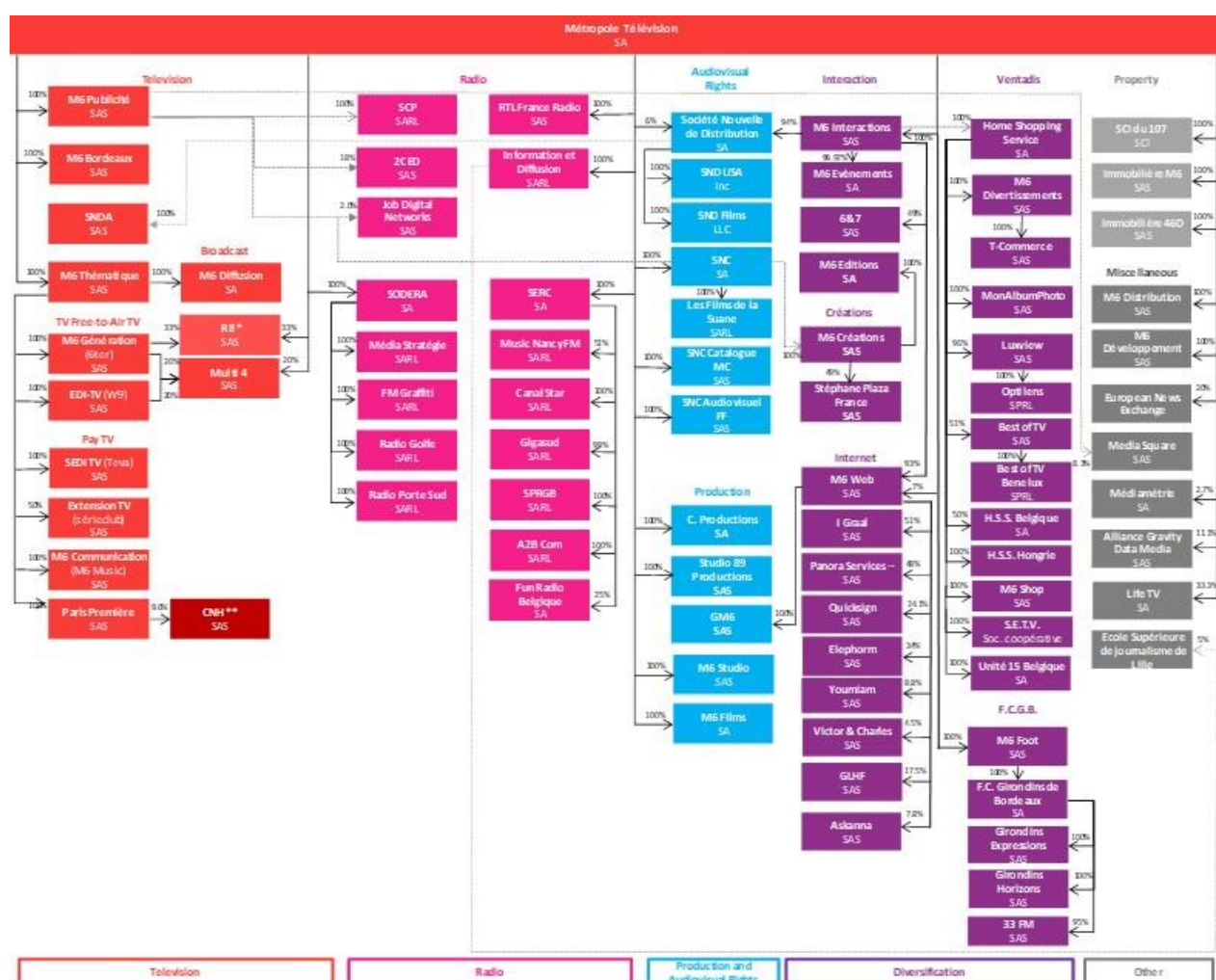
Revenue analysis by segment



EBITA analysis by segment



1.2 GROUP STRUCTURE



As soon as the contract to purchase the Radio division companies was concluded, M6 Group presented and submitted to staff representative bodies a plan to progressively integrate the various companies acquired as they were transferred to Neuilly to the new building dedicated to the radio operations.

This plan must allow the three stations to continue their development while simultaneously pooling the other intra-company activities and business lines within a common structure.

In this regard, the following companies were merged in early 2018, with a retroactive effect for tax and accounting purposes:

- on 30 April 2018, EDIRADIO was merged into Métropole Télévision;
- on 30 April 2018, RTL Net was merged into M6 Web;
- on 31 May 2018, IP France, IP Régions and Mediapanel were merged into M6 Publicité;
- on 31 May 2018, RTL Spécial Marketing was merged into M6 Interactions;
- on 31 May 2018, PARISONAIR was merged into M6 Événements.

In addition, on 20 April Printic was merged into monAlbumPhoto.

Lastly, on 6 June Audience Square was merged into La Place Media, thereby creating the digital marketplace Media Square, in which M6 Publicité currently holds an 8.3% stake.

Furthermore:

- on 5 March 2018, Mandarin Cinéma became SNC Catalogue MC;
- on 5 March 2018, Fidélité Films became SNC Audiovisuel FF;
- on 26 June 2018, M6 Talents became M6 Distribution.

1.3 DATA ON THE GROUP'S MAIN MARKETS AND OPERATIONS

1.3.1 Television

Equipment

At the end of the 4th quarter of 2017, 94 % of French households had a television set¹. The ownership rate is stable and it remains the most common screen in homes, ahead of computers, smartphones and tablets, which are present in 86%, 78% and 48% of households respectively. The average number of screens was 5.5 per household.

In addition, by the end of December 2017 and for the first time, Internet TV reception equalled terrestrial reception (DTT) throughout the home. Among households equipped with a television, 55% receive DTT via an aerial, and 55% of households via IPTV (broadband/fibre), which is currently the most common reception mode for the main TV. It should be noted that more than one third of households have at least two reception modes, with the most common mix combining terrestrial and broadband modes.

Lastly, the results for the 4th quarter of 2017 highlighted the fact that more than 60% of televisions are now connected to the Internet, mainly via the TV decoders of Internet Service Providers.

Individual Viewing Time

During the first half of 2018, the individual viewing time for television has remained very high, at 3 hours 39 minutes for people aged 4 years and above (vs. 3 hours and 42 minutes during the first half of 2017).

Growth in catch-up television viewership is accelerating. The year-on-year increase was 13.2% in May 2018, compared with a growth rate of 8.2% in April (compared with April 2017). Over the period, 682.5 million videos were viewed on the on-demand services of the 23 channels (including 18 national channels) monitored by CNC's monthly catch-up television barometer. This corresponds to 22 million videos viewed each day.

Audience ratings

In the first half of 2018, the six traditional channels regained market share, with 59.1%² audience share (4+ year-olds) compared with 57.6% in the first half of 2017, following 12 consecutive years of decline.

Free-to-air DTT channels had an audience share of 30.5% in the first half of 2018, compared with 32.4% in the first half of 2017, despite further growth of second generation DTT channels, which accounted for an audience share of 9.2%, compared with 8.9% for the same period in 2017. First generation DTT channels saw their audience share fall and return to their average level of the previous 3 years.

4+ national audience share								
%	H1 2018	H1 2017	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011
M6	9.1%	9.5%	10.1%	9.8%	9.9%	10.5%	11.4%	10.5%
TF1	20.1%	19.9%	20.8%	21.6%	22.9%	22.9%	22.7%	23.8%
France 2	13.2%	12.6%	13.5%	14.2%	14.0%	14.1%	14.8%	15.2%
France 3	9.5%	8.7%	8.9%	9.0%	9.5%	9.3%	9.3%	9.9%
Canal+	1.3%	1.1%	2.1%	2.9%	2.7%	2.9%	3.1%	3.3%
France 5	3.6%	3.7%	3.4%	3.4%	3.2%	3.4%	3.6%	3.3%
Arte	2.4%	2.1%	2.3%	2.2%	2.0%	1.9%	1.7%	na
TOTAL Traditional channels audience share **	59.1%	57.6%	61.2%	63.0%	64.3%	65.0%	66.7%	67.4%
W9	2.7%	2.7%	2.4%	2.6%	2.7%	3.1%	3.1%	3.2%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share ***	21.3%	23.5%	21.5%	21.5%	21.2%	22.1%	21.9%	20.9%
6ter	1.6%	1.6%	1.3%	1.0%	0.7%	0.5%	-	-
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	9.2%	8.9%	7.2%	5.2%	3.7%	1.9%	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.4%	10.0%	10.1%	10.3%	10.8%	11.0%	11.4%	11.7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

*** including Franceinfo and LCI since 2017

Source: Médiamétrie

¹ Observatoire de l'équipement des foyers (Household Equipment Watchdog), published on 22 May 2018

² Médiamétrie

On the commercial target, the six traditional channels regained 1.2 pp audience share from 1st generation DTT channels, while 2nd generation DTT channels grew by 0.5 percentage points.

WRP<50 national audience share								
%	H1 2018	H1 2017	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011
M6	14.6%	15.2%	15.8%	14.9%	15.5%	15.8%	17.3%	17.1%
TF1	22.3%	21.9%	22.5%	23.6%	24.3%	25.2%	25.3%	26.8%
France 2	8.4%	8.1%	8.6%	9.9%	10.0%	10.0%	11.0%	11.1%
France 3	4.2%	3.5%	3.7%	3.9%	4.3%	4.4%	4.7%	5.0%
Canal+	1.0%	0.8%	1.9%	2.7%	2.4%	2.4%	2.8%	3.0%
France 5	2.1%	2.1%	2.0%	2.0%	1.9%	2.0%	2.4%	2.2%
Arte	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	0.8%
TOTAL Traditional channels audience share **	53.6%	52.4%	55.4%	57.9%	59.4%	60.7%	64.3%	66.1%
W9	3.9%	4.1%	3.7%	3.7%	3.7%	4.2%	4.1%	4.1%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share ***	25.6%	28.2%	26.4%	25.2%	25.1%	25.5%	24.3%	22.6%
6ter	2.6%	2.5%	2.2%	1.9%	1.3%	0.8%	-	-
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	9.6%	9.1%	8.1%	6.8%	4.9%	2.7%	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	11.2%	10.3%	10.1%	10.1%	10.6%	11.1%	11.4%	11.3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

*** including Franceinfo and LCI since 2017

Source: Médiamétrie

Advertising market

According to the latest economic report from INSEE (French National Institute for Statistics and Economic Studies), published in June 2018, the year 2018 began with modest business growth in the eurozone (0.2 % growth in the first quarter). Furthermore, the growth forecast for the second quarter is only expected to be 0.3%, down on previous forecasts.

Nevertheless, INSEE is more optimistic about the second half of the year: “Consumer spending is then expected to accelerate (up 0.3% in the third quarter followed by growth of 0.5% in the fourth quarter), due to the increase in purchasing power over the year.”

INSEE adds that many risks still loom on the economic situation: “This scenario remains subject to the many uncertainties that currently characterise the international environment, including economic and financial risks (oil prices, currency market, monetary policy, protectionism, tensions on supply), as well as political risks, with for example the impact of the Italian elections on the smooth running of the eurozone.”

Gross “television” advertising investments (before rebates and volume discounts) grew 6.0% over the first half-year, reaching €6.3 billion, reflecting a positive volume effect. This growth nevertheless masks persistent pricing pressure, within a context of audience fragmentation, and changes in the planning of campaigns relating to a wider range of channels (in particular towards the 6 new DTT channels which achieved year-on-year growth of almost 17%).

	Traditional channels	Free-to-air DTT channels	Broadband, cable and satellite channels	Total TV channels
Gross advertising investment (€ K)	3,224,789	2,671,242	419,247	6,315,278
Growth (%) vs. 1 st half of 2017	+3.2%	+7.6%	+20.6%	+6.0%
Gross market share (%) H1 2018	51.1%	42.3%	6.6%	100%
Gross market share (%) H1 2017	52.5%	41.7%	5.8%	100%

Source: Kantar Media, terrestrial channels excluding self-promotion and regional channels, 1st half of 2018

Across traditional terrestrial channels (up 3.2%), the situation was mixed depending on the advertiser sector. As such, Food (the leading advertising sector) saw its investments fall over the half-year, while Cars, Health & Beauty and Banking & Insurance all grew.

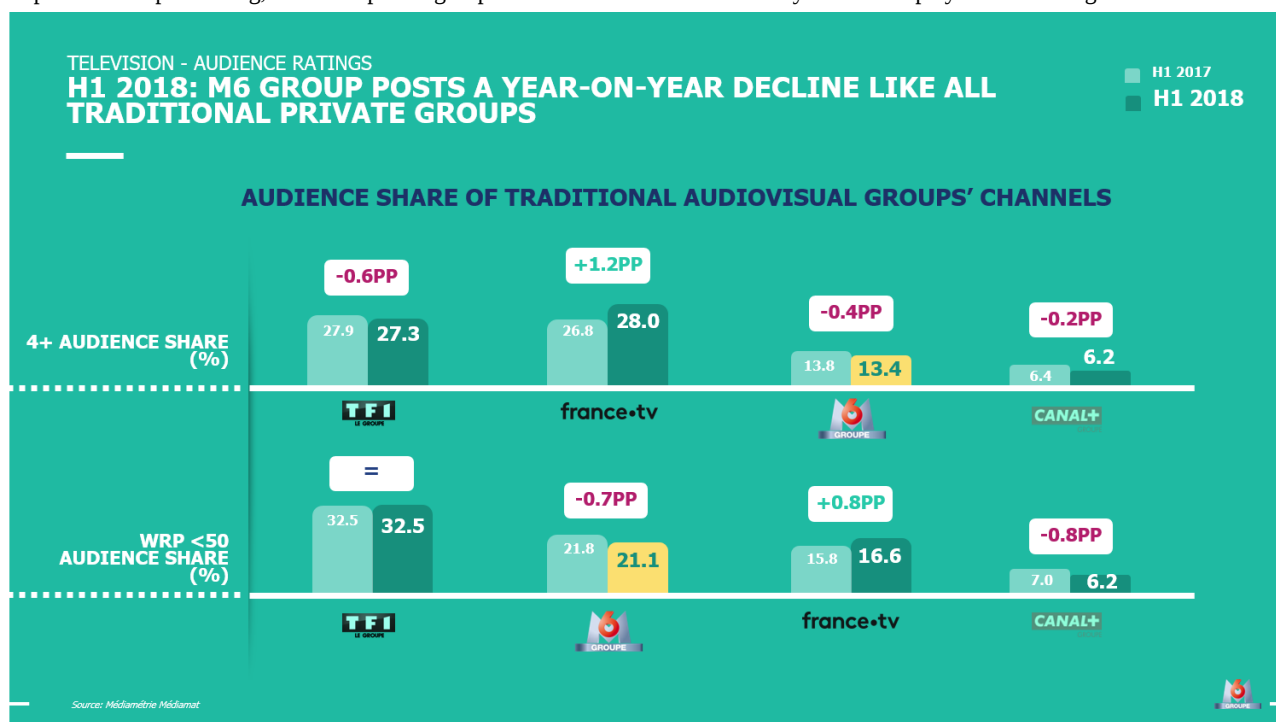
Over the half-year, all TV channels had a long advertising time. TF1 Séries Films has a daily advertising time of 3 hrs 36 mins, TMC 3 hrs 28 mins, while W9, M6 and 6ter are in the average with respective advertising times of 3 hrs 12 mins, 3 hrs 11 mins and 3 hrs 11 mins.

According to the latest data published by Kantar Media in relation to the first three months of the year, the net French multimedia advertising market, internet excluded, declined by 2.0%.

TV advertising investments increased by 1.8%, driven by sponsorship (up 32.0%), while traditional space was stable (down 0.1%).

Audience performance of Group channels

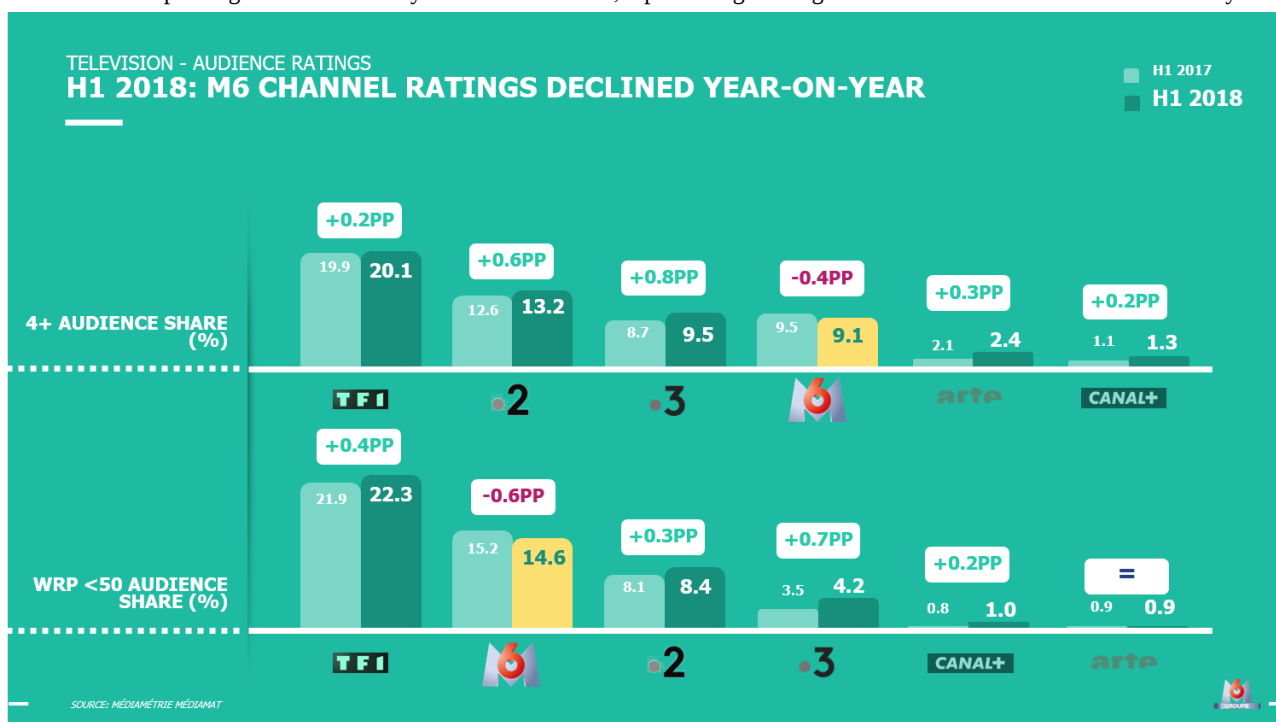
During the first half of 2018, M6 Group's free-to-air channels achieved an average audience share of 13.4% across the viewing public as a whole (down 0.4 pp in comparison with H1 2017³) and of 21.1 % (down 0.7 pp) on the commercial target of women under 50 responsible for purchasing, while the public group France Télévisions was the only traditional player to achieve growth.



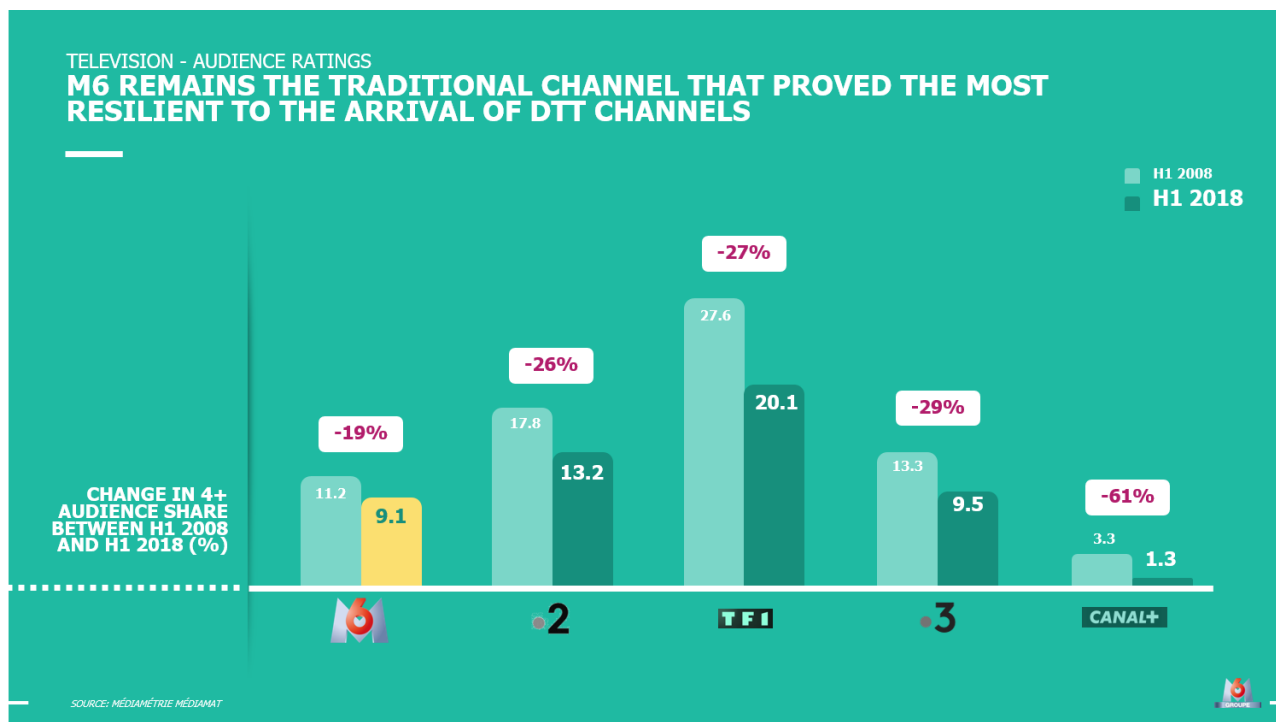
M6

The M6 channel maintained its position as the 2nd largest national channel on the commercial target across the entire day. With an average of 2.6 million viewers, in the 1st half of 2018 M6 delivered a solid performance in the strategic prime-time slot with a strong level on the commercial target (17 % audience share).

Some of its strong brands in its throwaway programme line-up continued to achieve growth, such as *Top Chef* (3.1 million viewers on average, at an audience share of 24 % amongst WRP-50, representing the best season in the WRP-50 for 5 years) and *Zone Interdite* (2.7 million, at 19 % amongst WRP-50, representing the best season amongst WRP-50 for 10 years). The launch of French drama *Souviens-toi* was another success with 3.4 million viewers on average, i.e. 20 % audience share on the commercial target. Lastly, the final of the Europa League was watched by 6.7 million viewers, representing the largest audience for the channel over the half year.



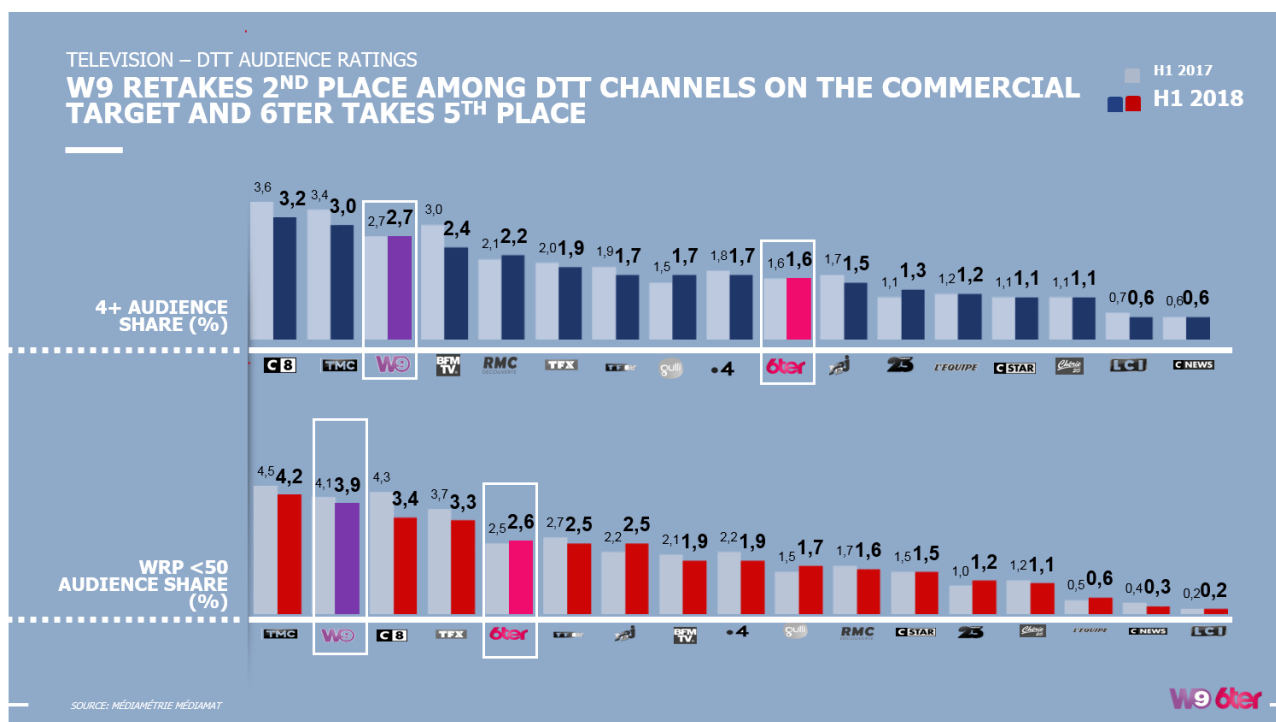
Over 10 years, M6 has remained the traditional channel that has been most resilient to the arrival of DTT channels.



W9

W9 was the leading DTT channel for early prime time (9.15pm-10.45pm) across all audiences and regained its place as the 2nd ranked DTT channel on the commercial target throughout the entire day.

As a result, the channel recorded the best audience figure for a film broadcast on DTT during the 1st half-year, with 2.2 million viewers for *Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull*. Its range of magazines is also the most powerful on DTT (up to 1.2 million viewers for *Enquêtes Criminelles* and 1.1 million for *Enquête d'Action*). With 2.1 million primetime viewers on average, the *Europa League* had its best ever season on W9. The second leg of the Salzburg-Marseille semi-final attracted 4.7 million viewers, the channel's all-time record audience. In access prime time, W9's reality series attracted a wide and young audience, with an average of 1.1 million viewers across 4 screens.



6ter

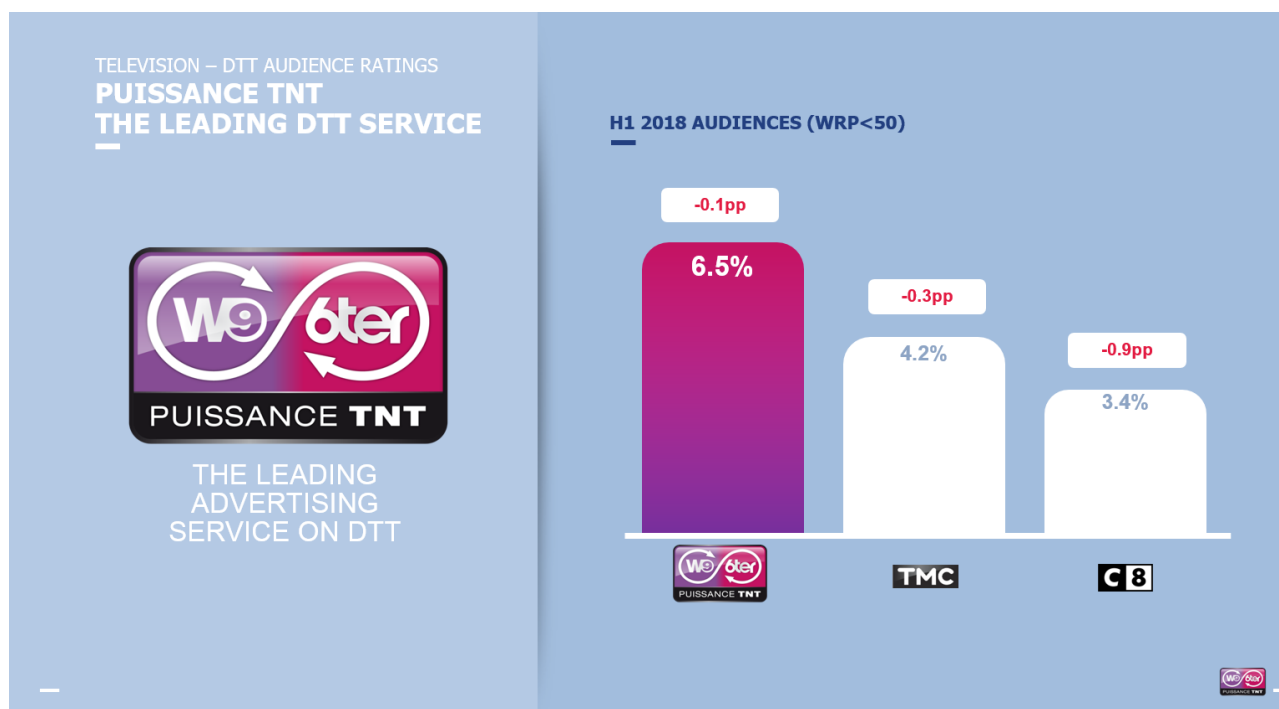
6ter confirmed its position as the leading new generation DTT channel and the 5th DTT channel across all generations for WRP<50, due to a varied line-up that appeals to the entire family. Year-on-year, its audience share on the commercial target increased 0.1 point to 2.6%.

As a result, at lunchtime and in the early afternoon 6ter is the leading channel across all DTT generations, thanks in particular to *Rénovation impossible* and *Dr. Quinn, Medicine Woman*. The half-year was also marked by the successful launch of the new daily original production *Les Mamans*, with growing success in the late afternoon slot. The channel also achieved its all-time primetime audience record with the film *Sister Act*, which attracted 1.0 million viewers.

Puissance TNT

In 2014, M6 Publicité introduced synchronised advertisements on its two free-to-air DTT channels - W9 et 6ter – through its “Puissance TNT” offer.

Thanks to the audience performance of the two channels, Puissance TNT maintained its lead in DTT advertising over the first half of 2018, and remains far ahead of its competitors, with whom the gap is widening.



Cab-sat channels

In the world of pay TV, the Group’s channels have consolidated their successes⁴, notably:

- Paris Première, which achieved its all-time audience record in the first half with 0.5% of the national audience share, is the leading pay-TV channel among upper socio-professional categories with 0.6% of the audience share. Paris Première is also the most watched pay-TV channel with monthly coverage of 10.5 million viewers,
- Téva, the leading pay-TV channel and a clear leader amongst special interest channels on the commercial target with a 1.0 % audience share within the cable, satellite and broadband sector for the 5th consecutive wave. Téva is one of the 3 most watched pay TV channels with 8.3 million viewers every month.

6play

Very early on, the Group undertook to develop services tailored to the new ways of watching television and continues to strengthen its digital presence.

With nearly 22 million accounts created, 6play continues to grow and add to its subscriber base. The platform recorded strong growth in its audience, with an average of nearly 117 million videos viewed per month on all screens, up 5.1% year-on-year⁵. 34% of French viewers watched M6 Group programmes on their TV via catch-up over H1 2018, representing 19.7 million individuals.

Consequently, catch-up TV advertising revenues continued to grow, driven by these healthy audience figures as well as by extremely powerful indicators in terms of advertising visibility, brand safety and contextual or data targeting.

⁴ Médiamétrie Médiamat Thématik, from 1 January 2018 to 17 June 2018

⁵ Médiamétrie eStat / YTD January – May 2018 – Total videos viewed

Advertising performance of Group channels

Within a sluggish advertising market despite the broadcasting of the FIFA World Cup on a competing channel, M6 Group's free-to-air channels saw their advertising revenue grow 0.9 % over the 1st half-year. They benefited from the strength of their audiences in strategic slots.

The first quarter saw growth of 3.4% whereas the second quarter posted a decline, due in particular to the FIFA World Cup.

M6 Publicité again stood out this half-year with its constant search for innovation. This approach was rewarded at Stratégies Magazine's 2018 Media Changers Awards, where M6 Group's sales house was designated Sales House of the Year.

1.3.2 Radio

Audience ratings

13+ national audience share:

	H1 2018	H1 2017	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011	H1 2010	H1 2009	H1 2008
EUROPE 1	5.3	6.1	7.0	7.5	8.2	7.2	7.3	7.4	8.4	8.0	7.7
FRANCE INTER	11.0	11.2	10.7	9.3	8.7	9.4	10.4	9.7	9.6	9.9	8.6
RMC	6.7	6.8	6.1	6.6	6.6	6.6	6.3	5.9	5.5	5.6	5.1
RTL	12.9	12.5	12.5	11.8	11.1	12.2	11.5	12.4	12.3	12.5	13.2
FRANCE BLEU	6.2	6.1	6.4	6.6	6.6	6.9	6.3	6.2	6.1	5.6	5.3
SUD RADIO	-	-	-	-	-	-	0.3	0.5	0.6	0.7	0.8
General-interest programmes	42.1	42.7	42.6	41.8	41.2	42.3	42.2	42.2	42.4	42.3	40.8
CHERIE	2.2	2.7	2.5	2.9	2.4	2.8	2.7	2.8	3.0	2.9	2.9
FUN RADIO	3.9	3.9	4.1*	4.1	3.9	3.6	3.8	4.3	4.0	3.6	3.9
MOUV	0.4	0.3	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.5	0.4
M RADIO	0.9	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6	0.7	1.0
NOSTALGIE	4.8	4.1	4.1	3.8	4.1	4.0	3.9	4.3	4.4	4.8	5.0
NRJ	5.8	6.2	7.1	7.3	7.8	7.3	6.8	5.9	5.5	5.7	6.5
RADIO NOVA	0.4	0.5	0.5	0.6	0.8	0.7	0.6	-	-	-	-
RFM	3.0	2.9	3.2	3.4	3.1	3.0	3.1	2.8	2.8	3.1	3.1
RIRE ET CHANSONS	1.3	1.1	1.1	1.2	1.4	1.5	1.4	1.8	1.7	1.5	1.7
RTL2	3.0	2.5	2.7	2.7	2.8	2.7	2.9	3.0	2.8	2.9	3.0
SKYROCK	3.5	3.5	3.3	3.3	3.8	3.8	4.1	4.8	5.0	4.4	4.3
VIRGIN RADIO	2.6	2.7	2.9	2.3	2.0	1.9	2.1	2.5	2.7	2.9	3.1
Music programmes	31.7	31.0	32.1	32.2	32.9	32.3	31.7	32.9	32.8	33.1	34.9
FRANCE INFO	3.6	4.0	3.4	3.1	3.2	3.4	3.7	3.7	3.6	3.5	3.6
FRANCE MUSIQUE	1.3	1.1	1.3	1.1	0.9	1.2	1.0	0.8	0.8	1.1	1.1
FRANCE CULTURE	1.7	1.7	1.4	1.4	1.5	1.3	1.3	1.2	1.0	1.0	1.0
RADIO CLASSIQUE	1.6	1.6	1.7	1.6	1.8	1.7	1.7	1.4	1.5	1.6	1.3
Other theme-based radio stations**	0.6	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7	0.6	0.7	0.6	0.4
Theme-based programmes	8.8	9.0	8.3	7.8	8.0	8.2	8.4	7.7	7.6	7.8	7.4
Les Indés Radios cluster	11.0	11.1	10.8	11.7	11.6	11.0	11.5	11.4	11.0	10.3	10.2
ALOUETTE	0.7	0.7	0.6	0.7	0.8	0.6	0.7	0.6	0.6	-	-
Other local radio stations ***	2.6	2.3	2.5	2.6	2.5	2.6	2.7	2.5	2.8	3.9	3.6
Local programmes	14.3	14.1	13.9	15.0	14.9	14.2	14.9	14.5	14.4	14.2	13.8
Other programmes ****	3.0	3.2	2.8	3.1	3.0	3.2	2.4	2.8	2.7	2.7	3.2
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

*Recalculated

**BFM Business and RFI-Radio France Internationale.

*** other local stations not affiliated with a national network

**** including foreign stations, other or non-identified stations, pirate stations and DKs

Advertising market

Gross "radio" advertising investments (before rebates and volume discounts) grew 2.0% over the first half-year, reaching €2.3 billion, reflecting a positive volume effect. However, this increase masks persistent pricing pressure and two contrasting quarters. The 1st quarter posted a decrease (down 2%), which was more than offset by an increase in the 2nd quarter (up 5%).

Data from the Kantar Media market research firm confirm the unfavourable trend of the first quarter, with net radio advertising investments down 3.6%.

	General-interest radio stations	Music radio stations for adults	Music radio stations for young people	Other	Total
Gross advertising investment (€ K)	818,691	827,553	538,784	90,855	2,275,882
Growth (%) vs. 1 st half of 2017	+0.3%	+8.4%	-4.2%	+3.0%	+2.0%
Gross market share (%) H1 2018	36.0%	36.4%	23.7%	4.0%	100%
Gross market share (%) H1 2017	36.6%	34.2%	25.2%	4.0%	100%

In relation to general-interest stations (up 0.3%) and adult music stations (up 8.4%), the situation differed according to the advertising sector. As such, Retail (the leading advertising sector) saw its investments fall over the half-year, while Cars and Banking & Insurance all grew.

Audience performance of Group radio stations

Over the 1st half of 2018, the RTL Radio Division reaffirmed its status as France's leading private radio group with an audience share of 19.8% among 13+ year-old listeners (up 1.0 pp year-on-year⁶), its best performance in 10 years:

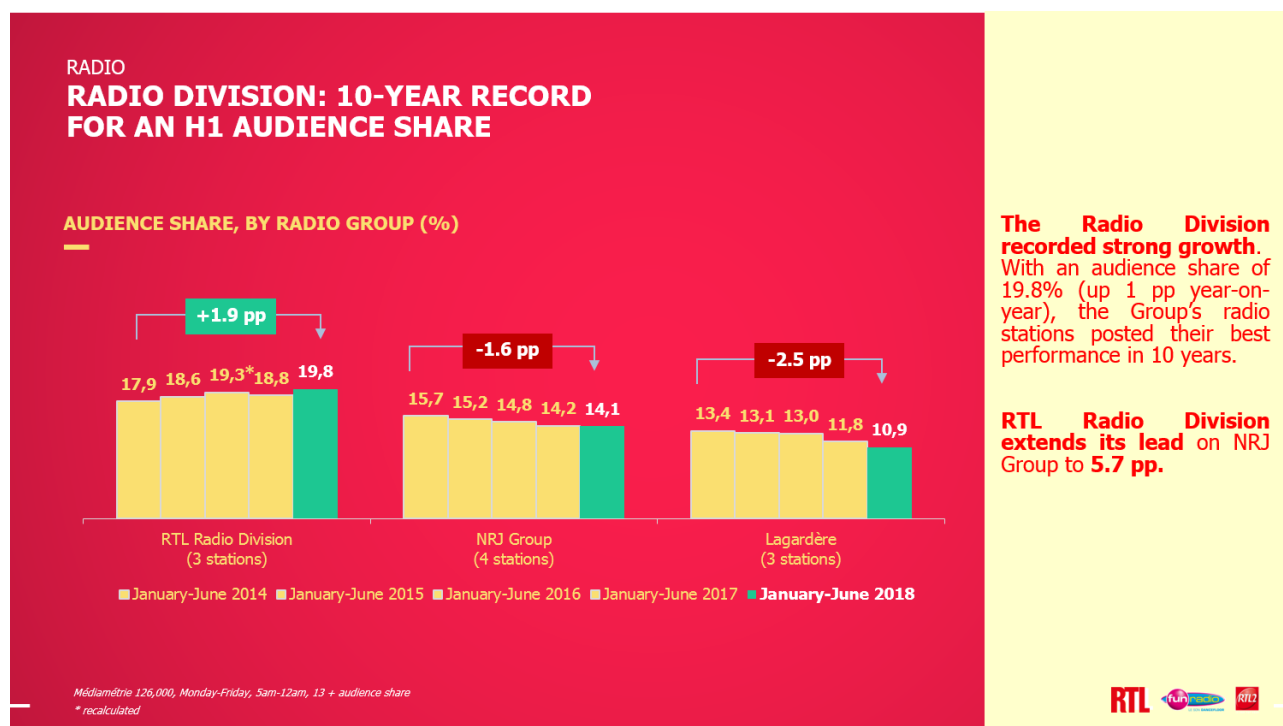
- RTL, France's top radio station, achieved an audience share of 12.9%, a year-on-year increase of 0.4 pp, extending its lead on its nearest competitor, France Inter, to almost 2 pp;
- Fun Radio was stable, with an audience share of 3.9%;
- RTL2 achieved an audience share of 3.0%, a marked increase of 0.5 pp year-on-year, enabling it to overtake its competitors Virgin Radio and Chérie.

Over the entire 2017/2018 season, M6 Group's radio stations achieved an audience share of 19.7% (up 0.7 pp year-on-year), a 10-year record. RTL Radio was the only private radio group to grow continuously over the last 4 seasons.

RTL is the leader on all indicators with:

- more than 6.5 million daily listeners, representing 515,000 more listeners than France Inter;
- an audience share of 13% (up 0.5 pp);
- listeners that tune in an average of 2 hrs 26 mins every day, i.e. 13 minutes more than France Inter.

In addition, all 3 stations grew at peak radio listening time. Yves Calvi's *RTL Matin* gained 0.5 pp audience share and reclaimed its position as leader. *Bruno dans la radio*, Fun Radio's morning show, set a 15-year audience share record. RTL 2, with *Double Espresso*, gained 0.2 pp audience share.



Advertising performance of Group radio stations

In a market with low visibility, RTL, Fun Radio and RTL2 maintained a stable advertising performance over the half-year.

During the first half of 2018, M6 Publicité continued to provide the market with innovative radio offers (specific brand content initiatives, new drive-to-store concept), continually providing its clients with increased effectiveness.

1.3.3 Production and audiovisual rights⁷

Cinema market

Cinema attendance reached 103 million admissions⁸ over the first six months of the year, recording a decline of 1.9% in comparison with the first half of 2017. The market share of French films increased to 41.7% from 36.2% in the first half of 2017. Conversely, the share of American films fell from 50.7% to 42.8% between January and June 2018.

Group performance

SND

The films distributed by SND achieved 2.9 million admissions against 6.3 million admissions over the first half of 2017. This decrease was the result of a less favourable cinema release schedule. Of the 9 films released to cinemas this half-year, only two exceeded 500,000 admissions: *Normandie Nue* (0.6 million admissions) and *Le Grand Jeu* (0.545 million admissions).

M6 Films

The film production subsidiary co-produced 4 cinema-released films, which together achieved 2.9 million admissions (compared to 3.8 million admissions during the first half of 2017). *Belle et Sébastien 3: le dernier chapitre* (1.7 million admissions) and *Love Addict* (0.695 million admissions) exceeded the 500,000 mark.

C Productions

Over the first half-year, C Productions mainly produced the M6 channel's news magazines such as *Capital*, *Zone Interdite*, *66 Minutes*, *Enquête Exclusive*, as well as other programmes such as *Enquêtes criminelles* for W9.

Studio 89

Over the first six months of 2018, Studio 89 has produced numerous programmes for M6 (*La robe de ma vie*, *Chasseurs d'appart* for the channel's access primetime, *Top Chef*, *Wild* and *Cauchemar en Cuisine* for primetime), and for other Group channels (*Un Dîner presque parfait* for W9, *Norbert commis d'office* for 6ter).

Golden Network

Golden Network, a digital studio launched in 2017 to develop content production dedicated to Millennials, combines all of the Group's MCN (multi-channel networks). It is one of the most attractive French networks with almost 600 million videos viewed per month on YouTube⁹.

At the end of June 2018, Golden Moustache, the best-known humour/entertainment brand among 10-24 year-olds¹⁰, had 3.2 million subscribers (up 12.5% year-on-year¹¹) and Rose Carpet, the best-known lifestyle brand among 15-19 year-olds, had 1.2 million subscribers (up 11.5 %).

The first half was also marked by the arrival of new talents who complement the power of the studio's marketing influence and strengthen its position as the leader in beauty and lifestyle, notably with Roxane, the leading food creator on YouTube, and EnjoyPhoenix, France's leading influencer.

After developing its business in these two powerful media which are leaders in entertainment and lifestyle, Golden Network is accelerating its investments with the creation, in June 2018, of 5 new thematic news media: Golden News, Golden Pop, Golden Food, Golden Genius and Wondher. Designed for social networks, they will offer reliable and verified news, generation-specific topics with opinions on current events, a conversational tone and an entertaining narrative, a strong concept with a new team of talents.

With this launch, Golden Network wishes to strengthen its editorial expertise on all social platforms and offer news that will complement that of M6 Group's traditional media while appealing to younger audiences.

⁷ The data presented in this section and the next corresponds to the data available on the date this report was prepared. The majority thus does not relate to the full first half of 2018.

⁸ CNC estimates of cinema attendance for the six months to the end of June 2018

⁹ Source Tubular - July 2018

¹⁰ CSA study - February 2018

¹¹ Source Tubular

1.3.4 Diversification

Distance selling

The report on e-commerce for the first quarter of 2018, published by Fevad (French Federation of Distance Selling Businesses), indicated an increase of 13% in online sales, which reached €22.3 billion. This growth was driven by more frequent purchases and a greater number of customers. The resulting increase in the number of transactions (up 18.5% to 344 million) offset the decline in the average basket value (down 4.5%). In addition, the diversification of the offer is continuing with 12% additional new sites in one year, i.e. 19,000 additional sites.

In this context, monalbumphoto.fr's sales volume increased over the first half of 2018.

At the end of June, M6 Group announced that it had entered into exclusive negotiations with the Albelli Group with a view to selling its subsidiary. After eight years within the Group, and against the backdrop of European-wide consolidation in the online photo album market, M6 Group considers that entrusting myAlbumPhoto to Albelli, a major European player in the industry, would be the best option to strengthen its positions and accelerate its development.

Home Shopping Services also achieved a slight increase in its level of activity compared to the first half of 2017. The teleshopping subsidiary benefited in particular from the success of specific programmes and initiatives implemented in early spring for the 30th anniversary of M6boutique. It also benefited from the development of its digital distribution channel.

However, Ventadis sales declined in the first half due to Best of TV's range of products undergoing renewal.

Internet

The French digital advertising market (search, display and other levers) achieved net revenue of €2,264 million¹² over the first half of 2018, an increase of 15.5% in relation to the first half of 2017.

The digital sector consolidated its position as the leading media sector with an estimated market share of 39.2%.

Within this market, digital "display" advertising generated net revenue of €875 million over the 1st half of 2018, an increase of 29.9%. Social networks represented 53% of display revenue this half-year and posted year-on-year growth of 61.8%.

Within this segment, video advertising recorded strong growth of 45.2%. Net revenue generated in this way stood at €360 million, accounting for 41% of display.

In addition, Mobile drove the growth of display, up 60%.

In relation to selling methods, 66% of display is now marketed via programming.

A "Portals" division was created following the merger of Oxygem and M6 Web's historic websites. Many operational synergies have therefore been created. Thanks to the Group's television channels, the former Oxygem portals have been able to develop their video inventories and optimise their monetisation. All websites are now combined in Lille, in order to promote further synergies.

The number of videos viewed across all portals grew sharply (up 14%) over the first 6 months of 2018.

M6 web also benefited from the success of IGraal, the French leader in online cashback acquired in November 2016, which enables the Group to strengthen its capacity for innovation in support of online retailers, expand its range of "good deals" for consumers (Radins.com promo codes and price comparison services) and enrich its Data strategy by accessing highly qualified purchasing behaviour data.

Mobile telephony

In line with the development of the mobile phone market, in 2016 Orange and M6 Group jointly decided to gradually transfer M6 mobile by Orange subscribers to equivalent Orange packages.

Until 30 June 2019, M6 Group will continue to receive payment for coordinating both the subscriber base and the brand licence.

Music and events

For the second consecutive year, after 14 years of decline, the recorded music market was up 3.9% in 2017¹³. The French market is consistent with the momentum of renewed growth seen internationally, with this market having been revolutionised and continuing to become increasingly digital.

42% of revenue is now generated by streaming. While the growth in the number of subscribers continued at a slightly slower pace, up 500,000 in one year, representing 4.4 million subscribers, this was offset by a higher proportion of paying subscribers, excluding bundles with a telephone operator.

¹² Syndicat des Régies Internet, 20th edition of *Observatoire de l'e-Pub* – July 2018

¹³ SNEP - 2017 Recorded Music Market Review, February 2018

In addition, 18 of the top 20 sales or sale-equivalents (and 43 of the top 50) involved artists produced in France, such as *Kids United*, co-produced by M6 Musique.

Kids United sold 99,000 physical copies of their various albums over the first half-year (1.8 million in total since their launch). M6 Music had 7 tracks in the top 30 best-selling physical albums of the half-year, including the *Kids United Forever United* album.

The Live Shows business also declined, with the first half of 2018 being an investment period, with participation in the development of the critically-acclaimed *Fills Monkey* show.

The first half was nevertheless marked by the success of the *Kids United* tour, *Émilie Jolie* and the *Bodin's* and *Messmer* shows.

M6 Créations

M6 Créations' business was dynamic in the first half of 2018 thanks in particular to new partnerships.

Football

The Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B) ended the 2017-2018 season in 6th place in the French Ligue 1 Championship, allowing it to enter the second qualifying round for the Europa League.

Despite a ranking identical to that of the 2016/2017 league season, the team's weaker performance in the national cups had a slightly negative effect on revenue.

Operating loss deteriorated sharply as a result of the replacement of the technical staff in January 2018 and the transfer of players not being completed until the 2nd half.

In addition, the first half of 2018 was marked by the announcement of the Ligue de Football Professionnel's call for tenders for Ligue 1 TV rights over the 2020-2024 period, reflecting an increase of 60% over the current contract. The packages were awarded to Mediapro, BeIN Sports and Free.

1.4 OTHER HIGHLIGHTS AND SIGNIFICANT EVENTS SINCE 1 JANUARY 2018

Distribution agreements

The first quarter of 2018 was notable for the renewal of M6 Group's distribution contracts with its main partners – Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Canal+ Group and Orange. The agreements signed secure the broadcasting of pay-TV channels, mainly Paris Première and Téva, and provide revenue for the M6, W9 and 6ter channels and related services.

Salto

On 15 June 2018, the Group announced its alliance with France Télévisions and TF1 to jointly build a French OTT platform: SALTO. This alliance between the three main content publishers on the market is born out of a desire to support the French public as usage patterns evolve.

With the creation of SALTO, France Télévisions, M6 and TF1 Groups intend to offer an ambitious response to the public's new expectations with a quality, innovative and easy to access service. This platform will offer an unrivalled variety of news (newscasts, magazines, special events), sports, entertainment, French drama, US series, documentaries and films.

Legal and arbitration proceedings

The following facts should be noted in relation to the main judicial and arbitration procedures referred to in the 2017 Registration Document:

On 21 February 2018, M6 Group was the subject of a notification of grievances by the Competition Authority in relation to practices employed by TF1, M6 and France Télévision Groups concerning rights acquisition of the EOF film catalogue. The latter are all accused of inserting pre-emptive rights into co-production contacts, which the Authority considers as having a restrictive effect on competition. M6 Group disputes the validity of this proceeding.

In a decision dated 23 November 2016, the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel issued a warning to the company SERC, provider of the Fun Radio service, for non-compliance with its obligation to broadcast French-language songs. On 8 August 2017, Fun Radio lodged two appeals before the Conseil d'État, which were dismissed by a decision dated 18 July 2018.

Furthermore, during the first half of 2018 M6 Group lodged two appeals with the Conseil d'État against two decisions of the Competition Authority dated 22 June 2017:

- The decision n° 17-DCC-92 requesting a review of the injunctions issued in decision n° 12-DCC-100 of 23 July 2012 relating to the acquisition of sole control of TPS and CanalSatellite by Vivendi SA and Canal Plus Group;
- The decision n° 17-DCC-93 requesting a review of the obligations of decision n° 14-DCC-50 of 2 April 2014 relating to the acquisition of sole control of the companies Direct 8, Direct Star, Direct Productions, Direct Digital and Bolloré Intermédia by Vivendi SA and Canal Plus Group.

The Conseil d'État is currently hearing these two appeals.

Investment obligations in the production of audiovisual and cinematographic works and broadcasting

In a ruling dated 16 May 2018, the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel approved a change to W9's agreement.

As a result, the channel's music broadcasting obligations have increased at prime time and a mandatory hourly volume has been imposed.

Legal and regulatory developments

Several laws, decrees and other pieces of legislation enacted over the course of 2018 are likely to alter the regulatory framework in which the Group carries out its activities:

- The Law n° 2018-493 of 20 June 2018 transposes European Union Regulation n° 2016/679 (General Data Protection Regulation), which was adopted by the European Parliament on 14 April 2016 and came into force on 25 May 2018.

These texts establish a new legal framework for the collection and use of the personal data of individuals in France and throughout the European Union.

- On 26 April 2018, the European Parliament, Council and Commission announced that they had reached agreement on the draft reform of the AMS (Audiovisual Media Services) Directive. The text has yet to be formally approved by the Council and Parliament. The government has announced that it will be transposed into French law in a bill to be introduced by 2019.

M6 Group is also closely monitoring several potential regulatory or legislative changes that could modify the regulatory framework in which the Group operates:

- During the first half of the year, the National Assembly and the Senate discussed the bill for balanced trade relations in the agri-food sector and healthy, sustainable and accessible food for all and in the absence of agreement, a new reading of the text began in the National Assembly on 11 July 2018.
- On 3 July 2018, the National Assembly adopted a bill on combating fake news, which is now before the Senate.
- In addition, M6 Group is participating in the work of the fact-finding mission on "New regulations of audiovisual communication in the digital era" set up by the National Assembly's Cultural Affairs Committee to consider a review of the Law of 30 September 1986.
- Finally, M6 Group participated in the discussions of the Ministry of Culture on the reform of media chronology as part of the mediation mission led by Dominique d'Hinnin.
- With regard more specifically to radio, the M6 Group responded to the public consultation organised by the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel on the impact study preceding the launch of a call for applications, covering Mainland France, for the publishing or distribution of multiplexed DAB+ services in band III, carried out on the basis of Article 31 of the Law of 30 September 1986.

2 - CORPORATE GOVERNANCE

2.1 SUPERVISORY BOARD

The latest Shareholders' General Meeting voted on:

- the appointment of 3 new members of the Supervisory Board:
 - Bert Habets, CEO of RTL Group, to replace Guillaume de Posch, who had resigned;
 - Marie Cheval, Executive Director Customers, Services and Digital Transformation of Carrefour Group, as an independent member and to replace Delphine Arnault;
 - Nicolas Houzé, CEO of Galeries Lafayette and BHV Marais, as an independent member and to replace Guy de Panafieu;
- the reappointment of:
 - Vincent de Dorlodot, General Counsel of RTL Group,
 - Anke Schäferkordt, CEO of Mediengruppe RTL Deutschland;
- the ratification of the appointment of Cécile Frot-Coutaz, CEO of FremantleMedia, to replace Christopher Baldelli, appointed Vice-Chairman of the Executive Board.

At the date of preparation of this report, the Supervisory Board of Métropole Télévision consisted of twelve members, including 11 individuals and one legal entity.

Members of the Supervisory Board are as follows:

- Elmar Heggen, Chairman
- Gilles Samyn, Vice-Chairman and independent member,
- Marie Cheval, independent member,
- Cécile Frot-Coutaz,
- Immobilière Bayard d'Antin, represented by Catherine Lenoble.
- Sylvie Ouziel, independent member,
- Anke Schäferkordt,
- Mouna Sepehri, independent member,
- Philippe Delusinne,
- Vincent de Dorlodot,
- Bert Habets,
- Nicolas Houzé, independent member.

The Supervisory Board is therefore made up of 42% independent members and 50% female members, making the Group compliant with the provisions relative to the "balanced representation of men and women on boards of directors and supervisory boards and gender equality in the workplace" provided for by Article L.225-69-1 of the French Commercial Code.

In addition, during this General Meeting the shareholders amended Article 20 of the Bylaws to provide for the appointment of a member of the Supervisory Board representing employees, who will be effectively appointed in the second half of 2018.

2.1.1 Remuneration and Appointments Committee

At the date of this document, members of the Remuneration and Appointments Committee are as follows:

- Gilles Samyn, Chairman of the Committee,
- Elmar Heggen,
- Marie Cheval.

2.1.2 Audit Committee

At the date of preparation of this document, members of the Audit Committee are as follows:

- Gilles Samyn, Chairman of the Committee,
- Elmar Heggen,
- Mouna Sepehri,
- Nicolas Houzé.

2.2 – EXECUTIVE BOARD

The Executive Board of M6 Group is comprised of 5 members:

- Nicolas de Tavernost, Chairman,
- Thomas Valentin, Vice-Chairman in charge of Programmes and Content,
- Christopher Baldelli, Vice-Chairman in charge of Radio and News (excl. magazines),
- Jérôme Lefébure, Member in charge of Finance and Support functions.
- David Larramendy, Member in charge of Sales Activities.

3 - SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

The Company had a share capital of €50,565,699.20 at 30 June 2018, comprised of 126,414,248 shares with a par value of €0.40 each.

Over the first half of 2018, the M6 share price opened 2018 on the Paris Stock Exchange at €21.5 on 2 January and closed the half-year at €17.13 on 29 June.

The ex-dividend date for the €0.95 dividend was 16 May and payment took place on 18 May.

Over the first half, the M6 share price decreased by 20.46%, including 4.41% on the ex-dividend date (calculated based on the closing price at 29 December 2017), while the CAC 40 index grew by 0.21% and the Soxx 600 Media index by 2.70%.

With the exception of ITV (up 5.14 %), all other European broadcasters saw their share price fall: TF1 (down 26.50%), Mediaset Spa (down 24.30%), ITV (down 22.83%), Atresmedia (down 17.18%), Mediaset España (down 15.17%), RTL Group (down 12.54%) and NRJ Group (down 12.28%).

Change in M6 Métropole TV share price– 1st half-year 2018:



4 - RISK FACTORS AND THEIR MANAGEMENT

4.1 RISKS AND UNCERTAINTIES REGARDING THE FIRST HALF OF THE YEAR

The Group's main risks and uncertainties are detailed in the 2017 Registration Document filed with the AMF on 7 March 2018 and available on the website www.amf-france.org as well as on the Company's own website www.groupem6.fr.

The main risk factors identified by the Group and detailed therein are as follows:

- Business risks:
 - Risks related to the Group's market structure,
 - Sensitivity to the economic situation,
 - Adapting the cost structure and increase in prices,
 - Payment terms risks,
- Market risks:
 - Foreign exchange risks,
 - Interest rate risk,
 - Share risk,
 - Raw material risk,
- Credit and counterparty risk,
 - Risk of customer default,
 - Risk of supplier default,
 - Banking counterparty risk.
- Liquidity risk
- Legal risks:
 - Regulatory risks,
 - Risks relating to intellectual property, freedom of the press and individual's rights,
 - Risks relating to non-observance of contractual commitments,
 - Litigation risks,
 - Legal and arbitration proceedings.
- Major operating risks:
 - Risks relating to the broadcasting and signal transmission of Group TV channels,
 - Risks relating to the production, broadcasting and signal transmission of Group radio stations,
 - Risks relating to internal control failure, fraud, IT systems, concentration of purchases,
 - Industrial and environmental risks.

The financial risks arising from all the matters in progress were estimated prudently and provided for where required in the financial statements of the Group.

To the best of the Company's knowledge, no other significant event that occurred during the first half of the year is likely to have, or to have had in the recent past, a significant impact on the Company and the Group's financial position, financial performance, activities and assets.

Lastly, no event that has occurred since 1 January 2018, excluding the items already mentioned in Section 1. Group Operations and Markets, has altered the description of the main risks and uncertainties as provided in the 2017 Registration Document.

4.2 RISKS AND UNCERTAINTIES REGARDING THE SECOND HALF OF THE YEAR

The Group's business is in part subject to seasonal fluctuations, the general principles of which are detailed in Note 5 to the condensed consolidated half-year financial statements.

More specifically, in respect of the 2018 financial year, the following items may be added:

- The results of the channels are exposed both to the uncertainty of their advertising revenue and to a seasonal effect on programming costs, connected with the introduction in September each year of new programmes for the 2018-2019 season. Over the full-year, the programming costs of the free-to-air channels should increase in comparison with 2017, M6 Group pursuing its strategy of content investments in order to improve its audience ratings and its market share.
- 2018 is marked by the continued integration of RTL Radio, with a target of generating €6 million in cost and revenue synergies. The 2020 target is to double divisional operating profit to an EBITA of €38 million.
- Given its cost structure, the uncertainty of sport and uncertainties associated with potential transfers of players, the Group is not currently in a position to accurately state the level of F.C.G.B.'s profit or loss for 2018.

In conclusion, the Group wishes to repeat that, due to the traditional seasonality of its business and uncertainties linked to the current economic environment, the level of EBITA for the half-year to 30 June 2018 should not be used as a base to estimate this same indicator for the full financial year.

5 - HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

5.1 CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME



Summary presentation¹⁴

	30 June 2018	30 June 2017	2018/2017 change (€ millions)
REVENUE	738.0	662.4	75.6
Group advertising revenue	527.1	445.3	81.8
- of which M6 channel advertising revenue	417.7	413.8	3.8
- of which other advertising revenue	109.4	31.4	78.0
Group non-advertising revenue	210.9	217.1	(6.2)
Other operating revenues	8.4	4.9	3.6
TOTAL OPERATING REVENUES	746.5	667.3	79.2
Materials and other operating expenses	(359.3)	(336.8)	(22.5)
Personnel costs (including profit sharing plan contributions)	(174.6)	(125.9)	(48.8)
Taxes and duties	(29.2)	(33.6)	4.4
Amortisation, depreciation and impairment charges (net of reversals)	(53.9)	(52.3)	(1.7)
PROFIT FROM RECURRING OPERATIONS [EBITA]¹⁵	129.4	118.7	10.7
Operating income and expenses related to business combinations	(1.4)	(1.0)	(0.4)
OPERATING PROFIT [EBIT]	128.0	117.7	10.3
NET FINANCIAL INCOME/(EXPENSE)	(1.2)	(0.8)	(0.4)
Share of profit of joint ventures and associates	(1.7)	1.0	(2.7)
PROFIT BEFORE TAX	125.1	117.8	7.2
Income tax	(45.6)	(48.7)	3.2
NET PROFIT FROM CONTINUING OPERATIONS	79.5	69.1	10.4
Net profit/(loss) from operations held for sale / sold	-	-	-
NET PROFIT FOR THE YEAR	79.5	69.1	10.4
Attributable to the Group	79.5	69.1	10.4
Attributable to non-controlling interests	(0.0)	0.0	(0.0)

¹⁴ The information provided is intended to highlight the breakdown of consolidated revenue between advertising and non-advertising revenue. Group advertising revenue includes the advertising revenue of the free-to-air channels M6, W9 and 6ter and the 6play platform, the share of advertising revenue from the pay-TV channels, the advertising revenue of the radio stations RTL, RTL2 and Fun, and the share of advertising revenue generated by diversification activities (mainly Internet).

¹⁵ EBITA, or profit from recurring operations, is defined as operating profit (EBIT) before operating income and expenses from business combinations and capital gains on the disposal of financial assets and subsidiaries.

Over the 1st half of the 2018 financial year, M6 Group posted consolidated revenue of €738.0 million, an increase of 11.4% in comparison with the 1st half of 2017. The Radio business (€77.8 million) has been consolidated since 1 October 2017.

Excluding scope effects, (integration of the Radio division), revenue fell by €2.1 million, with the performance of the Television activity not sufficient to offset the weaker line-up of films distributed by SND.

Increasing €10.7 million, profit from recurring operations (EBITA) reached €129.4 million, representing an operating margin of 17.5%.

The tax charge totalled €45.6 million, down €3.2 million year-on-year.

Net profit was €79.5 million, representing a net margin of 10.8%.

Growth by segment was as follows:

(€ millions)	1 st quarter			2 nd quarter			1 st Half-Year		
	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 & Audiovisual Rights	17.7	29.8	-40.6%	14.2	19.5	-27.1%	31.9	49.3	-35.3%
Diversification	71.3	73.1	-2.5%	74.2	72.6	+2.3%	145.5	145.7	-0.2%
Other revenue	0.1	0.1	n.a	0.1	0.1	n.a	0.2	0.2	n.a
CONSOLIDATED REVENUE	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 & Audiovisual Rights							7.1	4.6	+56.2%
Diversification							(4.2)	10.6	n.a
Unallocated revenue							(4.0)	(3.5)	n.a
CONSOLIDATED PROFIT FROM RECURRING OPERATIONS (EBITA)							129.4	118.7	+9.1%

Television

(€ millions)	30/06/2018			30/06/2017			2018/2017 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
TV	491.0	482.7	120.1	472.6	467.2	106.9	18.4	15.5	13.2

In a lacklustre market, despite the broadcasting of major sporting events on competing channels (Winter Olympics in February and FIFA World Cup in June), M6 Group's free-to-air channels managed to increase their advertising revenues by 0.9% over the first half-year. The latter benefited from their strong audience figures on strategic slots (see Section 1.3.1 *Television - Audience performance of Group channels*).

The TV division's advertising business also benefited from the continued growth of 6play, which now has almost 22 million subscribers in OTT, and the strong ratings of pay-TV channels (see Section 1.3.1 *Television - Audience performance of Group channels*).

In addition, distribution agreements signed in the early part of the year, which secure the broadcast of pay-TV channels by linking them to the payment for free-to-air channels and their related services, had a significant impact on EBITA over the course of the 1st half-year.

EBITA of the Television division may be analysed as follows based on the gross margin on programming of the Group's free-to-air channels:

(€ millions)	30/06/2018	30/06/2017	2018/2017 change	
			(€ millions)	(%)
External advertising revenue - Free-to-air TV	417.7	413.8	3.8	+0.9%
Intra-Group advertising revenue - Free-to-air TV	6.1	3.9	2.3	+59.2%
Advertising agency costs, operating taxes and broadcasting costs	(92.0)	(90.2)	(1.8)	+1.9%
Free-to-air net revenue¹⁶	331.8	327.5	4.4	+1.3%
Programming costs ¹⁷	(224.5)	(221.1)	(3.4)	+1.5%
GROSS MARGIN ON PROGRAMMING¹⁸	107.3	106.3	1.0	+0.9%
%	32.3%	32.5%		

The TV division contributed €120.1 million to consolidated EBITA, against €106.9 million for the six months to 30 June 2017. The margin from recurring operations of the Group's core business was 24.9%, compared with 22.9% in the first half of 2017.

Radio

(€ millions)	30/06/2018			30/06/2017			2018/2017 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
RADIO	78.5	77.8	10.4	-	-	-	78.5	77.8	10.4

Over the first half of 2018, RTL Radio reaffirmed its position as France's leading private radio group. Its audience share of 13+ year-old listeners, which reached 19.8%, increased by a significant 1.0 pp year-on-year (see 1.3.2 *Radio - Audience performance of Group radio stations*).

Over the first six months of the year, Radio revenue totalled €77.8 million. EBITA totalled €10.4 million, reflecting the implementation of the initial synergies.

Production and audiovisual rights

(€ millions)	30/06/2018			30/06/2017			2018/2017 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
PRODUCTION & AUDIOVISUAL RIGHTS	79.2	31.9	7.1	87.2	49.3	4.6	(8.0)	(17.4)	2.6

In the 1st half of 2018, revenue from Production and Audiovisual Rights operations totalled €31.9 million, down €17.4 million year on year, mainly due to a weaker line-up of films distributed by SND (see 1.3.3 *Production and audiovisual rights - Group performance*). EBITA was €7.1 million, compared with €4.6 million for the 1st half of 2017. This growth was primarily due to increased business at production companies, Golden Network in particular (see 1.3.3 *Production and audiovisual rights - Group performance*).

Diversification

(€ millions)	30/06/2018			30/06/2017			2018/2017 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
DIVERSIFICATION	146.5	145.5	(4.2)	146.9	145.7	10.6	(0.5)	(0.2)	(14.9)

¹⁶ Net advertising revenue consists of advertising revenue earned by the M6, W9 and 6ter channels, offset by the net cost of services provided by M6 Publicité (share of free-to-air channels), mandatory charges levied as a proportion of revenue and broadcasting costs.

¹⁷ Programming costs represent the cost of programmes broadcast on the M6, W9 and 6ter channels (purchased, produced or coproduced), including charges relating to rights that are invalid or unlikely to be broadcast.

¹⁸ Gross margin on programming represents the difference between TV net revenue and programming costs.

Over the 1st half of 2018, Diversification revenue totalled €145.5 million (down 0.2%), with a negative contribution to EBITA of €4.2 million. Over the course of the half-year:

- Ventadis saw its revenue fall as a result of its range of products currently being renewed. This effect was offset by the success of specific programmes and campaigns created to celebrate M6boutique's 30th anniversary;
- M6 Web's revenue grew, benefiting from the dynamism of iGraal. Within a highly competitive display advertising market, the advertising activity of the portals proved very resilient;
- F.C.G.B ended the French League 1 Championship in 6th place (compared with 6th in the 2016/17 season), qualifying for the 2nd preliminary round of the Europa League. The club's losses stood at €17.6 million as a result of the replacement of the technical staff in January and the transfer of players not being completed until the 2nd half.

5.2 CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

(€ millions)	30/06/2018	31/12/2017	2018/2017 change (€ millions)
Goodwill	215.1	235.6	(20.5)
Non-current assets	406.9	405.3	1.6
Current assets	828.3	822.0	6.3
Cash and cash equivalents	20.6	54.3	(33.7)
Assets held for sale	29.1	-	29.1
TOTAL ASSETS	1,500.1	1,517.1	(17.0)
Equity - Group share	625.8	662.3	(36.5)
Non-controlling interests	-	(0.1)	0.1
Non-current liabilities	123.4	146.0	(22.6)
Current liabilities	745.8	708.9	36.9
Liabilities associated with assets held for sale	5.1	-	5.1
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	1,500.1	1,517.1	(17.0)

At 30 June 2018, total assets were €1,500.1 million, a decrease of €17.0 million (down 1.1%) compared with 31 December 2017.

Non-current assets (including goodwill) totalled €622.0 million, compared with €640.9 million at 31 December 2017.

This decrease of €18.9 million mainly reflects the reclassification of MonAlbumPhoto's goodwill as assets held for sale.

Current assets, excluding cash and cash equivalents, amounted to €828.3 million, a slight increase of €6.3 million (up 0.8%) compared with 31 December 2017. This moderate increase reflects both the €29.7 million reduction in current tax and the €36.2 million increase in inventories, trade receivables and other current assets.

Cash and cash equivalents totalled €20.6 million at 31 December 2017, a decline of €33.7 million compared with 31 December 2017.

The Group share of equity totalled €625.8 million.

The €36.5 million decrease since the 2017 year-end was primarily attributable to:

- the payment of dividends of €120.0 million;
- the Group share of net profit for the first half of 2018, totalling €79.5 million.

Other liability items (current and non-current liabilities) were €874.3 million compared with €854.9 million at 31 December 2017.

- This €19.4 million increase (up 2.3%) was mainly due to the €58.6 million increase in financial debt resulting from the drawdown of credit facilities set up to finance the acquisition of the radio division and the €32.5 million reduction in operating provisions and liabilities.

5.3 CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT

<i>(€ millions)</i>	30/06/2018	30/06/2017	Change (€ millions)
Self-financing capacity from operations	174.2	175.5	(1.2)
Operating WCR movements	(64.9)	(84.9)	20.0
Income tax	(10.7)	(50.6)	39.9
Cash flow from operating activities	98.7	40.0	58.6
Cash flow from investment activities	(64.2)	(44.9)	(19.4)
<i>Recurring items</i>	(60.7)	(46.7)	(13.9)
<i>Non-recurring items</i>	(3.6)	1.9	(5.4)
Cash flow from financing activities	(67.5)	(108.4)	40.9
<i>Dividend payments</i>	(119.6)	(107.1)	(12.5)
Equity transactions	(0.9)	(0.8)	(0.1)
Radio division financing	61.0	-	61.0
<i>Other</i>	(7.9)	(0.5)	(7.4)
Cash flow relating to assets held for sale	(0.6)	-	(0.6)
Translation effect on cash and cash equivalents	0.0	(0.1)	0.1
NET CHANGE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(33.7)	(113.3)	
Cash and cash equivalents - opening balance	54.3	174.4	(120.2)
CASH AND CASH EQUIVALENTS - CLOSING BALANCE	20.6	61.1	(40.5)
<i>Net cash and cash equivalents -closing balance</i>	<i>(115.2)</i>	<i>63.6</i>	<i>(178.8)</i>

Cash flow from operating activities was €98.7 million for the six months to 30 June 2018, higher than the level of €40.0 million for the six months to 30 June 2017.

This €58.6 million increase reflects the following developments:

- a stable self-financing capacity before tax generated by the Group (down €1.2 million);
- The change in working capital requirements (“WCR”), excluding tax receivables and liabilities, which resulted in a cash outflow of €64.9 million, compared with an outflow of €84.9 million in the first six months of 2017;
- a marked decline of €39.9 million in tax paid, due in particular to the refund of dividend tax received during the first half of 2018.

In the first half of 2018, cash flow applied to investments used up cash resources of €64.2 million, while €44.9 million had been used up in the first half of 2017.

This increase in investments essentially reflects higher recurring investments related to the production of the animated film *Asterix: The Secret of the Magic Potion* by M6 Studio and the transfer of the Radio division to Neuilly-sur-Seine, totalling €14.3 million.

Cash flow from financing activities grew by €40.9 million and represented an outflow of €67.5 million. This position reflects the debt related to the purchase of the Radio division.

The first half of the year thus resulted in a €33.7 million decline in cash and cash equivalents compared with 31 December of the previous financial year, as against a €113.3 million reduction noted in the first half of 2017.

Cash and cash equivalents totalled €20.6 million at 30 June 2018, compared with €61.1 million at 30 June 2017.

The Group’s net cash position was €115.2 million at 30 June 2018.

5.4 RELATED PARTIES

Information concerning transactions with related parties is detailed in Note 24 to the condensed consolidated half-year financial statements.

5.5 POST-BALANCE SHEET EVENTS

To the best of the Company’s knowledge, no significant event has occurred since 1 July 2018 that is likely to have or to have had in the recent past a significant effect on the Company’s or Group’s financial position, financial performance, operations and assets.

6 – FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES (FRENCH VERSION ONLY)

6.1 ÉTATS FINANCIERS CONDENSÉS AU 30/06/2018

1. État de la situation financière consolidée

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2018	31/12/2017
Goodwill	16	215,1	235,6
Droits audiovisuels	15	75,2	56,0
Autres immobilisations incorporelles	15	140,4	145,8
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		430,7	437,4
Terrains	17	19,1	19,3
Constructions	17	64,1	68,2
Autres immobilisations corporelles	17	46,0	39,8
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		129,2	127,2
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur ⁽¹⁾	20.1	6,2	13,9
Autres actifs financiers non courants	20.1	11,1	5,4
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	19	10,1	13,8
ACTIFS FINANCIERS		27,4	33,2
Autres actifs non courants	20.1	17,2	17,6
Actifs d'impôts différés	11	17,5	25,5
ACTIF NON COURANT		622,0	640,9
Stocks de droits de diffusion	18	265,4	251,3
Autres stocks	18	17,3	14,1
Créances clients nettes	20.1	339,3	330,7
Impôts courants		4,2	33,9
Instruments financiers dérivés	20.1	0,2	-
Autres actifs financiers courants	20.1	-	0,2
Autres actifs courants	20.1	201,9	191,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	20.1	20,6	54,3
ACTIF COURANT		848,9	876,2
Actifs détenus en vue de la vente ⁽²⁾	12	29,1	-
TOTAL ACTIF		1 500,1	1 517,1

⁽¹⁾ Conformément à IFRS 9 – Instruments financiers, les actifs financiers disponibles à la vente ont été reclassés en "instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur" (cf. note 4).

⁽²⁾ Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les actifs de la société MonAlbumPhoto sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 30 juin 2018 comme des "actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 12).

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2018	31/12/2017
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(7,8)	(6,8)
Réserves consolidées ⁽³⁾		507,7	464,4
Autres réserves		(11,8)	(11,9)
Résultat part du Groupe		79,5	158,4
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		625,8	662,3
Intérêts non-contrôlants		-	(0,1)
CAPITAUX PROPRES	21	625,8	662,2
Provisions	22	42,2	42,3
Dettes financières	20.2	51,0	52,0
Autres passifs financiers	20.2	27,5	43,2
Autres dettes	20.2	2,3	2,8
Passifs d'impôts différés		0,4	5,6
PASSIF NON COURANT		123,4	146,0
Provisions	22	67,0	77,6
Dettes financières	20.2	95,9	36,3
Instruments financiers dérivés	20.2	-	0,1
Autres passifs financiers	20.2	24,3	15,0
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	20.2	386,0	389,3
Autres dettes d'exploitation	20.2	22,9	29,0
Impôts courants		2,0	3,3
Dettes fiscales et sociales	20.2	108,6	120,5
Dettes sur immobilisations	20.2	39,0	37,9
PASSIF COURANT		745,8	708,9
Passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente ⁽²⁾	12	5,1	-
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 500,1	1 517,1

⁽²⁾ Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les passifs de la société MonAlbumPhoto sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 30 juin 2018 comme des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 12).

⁽³⁾ Les capitaux propres d'ouverture ont été retraités des impacts des dispositions de la norme IFRS 15, appliquées par le Groupe au 1^{er} janvier 2018 sans ajustement sur les comparatifs (cf. note 4).

2. État du résultat global consolidé

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2018 6 mois	30/06/2017 6 mois
Chiffre d'affaires	7	738,0	662,4
Autres produits opérationnels	8.1	8,4	4,9
Total des produits opérationnels		746,5	667,3
Consommations et autres charges opérationnelles	8.2	(359,3)	(336,8)
Charges de personnel		(174,6)	(125,9)
Impôts, taxes et versements assimilés		(29,2)	(33,6)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	8.3	(54,5)	(53,3)
Perte de valeur des actifs non amortissables	8.3	(0,9)	-
Total des charges opérationnelles		(618,5)	(549,6)
Résultat opérationnel		128,0	117,7
Produits de la trésorerie		0,1	0,3
Coût de l'endettement		(0,4)	-
Autres éléments financiers		(0,9)	(1,1)
Résultat financier	10	(1,2)	(0,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	19	(1,7)	1,0
Résultat courant avant impôt		125,1	117,8
Impôt sur le résultat	11	(45,6)	(48,7)
Résultat net des activités poursuivies		79,5	69,1
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées		-	-
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE		79,5	69,1
attribuable au Groupe	13	79,5	69,1
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)
Résultat part du Groupe par action (en euros)	13	0,631	0,548
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	13	0,631	0,548
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	13	0,626	0,544
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	13	0,626	0,544

RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2018 6 mois	30/06/2017 6 mois
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ		79,5	69,1
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		0,3	(6,8)
Variation des écarts de conversion		0,0	(0,1)
Impôts sur les éléments recyclables		(0,2)	2,3
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels		-	-
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur ⁽¹⁾		-	-
Impôts sur les éléments non recyclables		-	(0,1)
Autres éléments du résultat global		0,1	(4,6)
RÉSULTAT GLOBAL DE LA PÉRIODE		79,6	64,5
attribuable au Groupe		79,6	64,5
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)

⁽¹⁾ Les dispositions de la norme IFRS 9 n'ont pas eu d'impact sur le résultat global consolidé du Groupe.

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2018	30/06/2017
Résultat opérationnel des activités poursuivies		128,0	117,7
Amortissements et provisions hors actifs circulants		42,0	54,2
Plus-values et moins-values de cession		(0,7)	(0,7)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		5,1	4,2
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		174,5	175,4
Produits perçus de la trésorerie		0,2	0,2
Intérêts payés		(0,5)	(0,1)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPÔT		174,2	175,5
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	18	(18,1)	(37,7)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	20	(27,2)	(48,9)
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	20	(19,6)	1,7
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT		(64,9)	(84,9)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(10,7)	(50,6)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		98,7	40,0
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	15	(49,9)	(42,6)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	17	(12,8)	(5,6)
Acquisitions d'immobilisations financières	20	-	(1,6)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales et d'activités		(4,6)	-
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		-	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	15/17	2,6	4,8
Cessions ou réductions d'immobilisations financières		-	0,1
Dividendes reçus		0,5	-
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT		(64,2)	(44,9)
Opérations de financement			
Augmentation / réduction de capital		-	-
Actifs financiers		(5,5)	0,1
Passifs financiers		58,5	(0,6)
Acquisitions et cessions d'actions propres		(0,9)	(0,8)
Dividendes versés	14	(119,6)	(107,1)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT		(67,5)	(108,4)
Flux de trésorerie liés aux actifs destinés à la vente	12	(0,6)	-
Effet des écarts de conversion de trésorerie		0,0	(0,1)
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	20	(33,7)	(113,3)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		54,3	174,4
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE		20,6	61,1

4. État de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions (en milliers)	Capital social	Prime d'émission	Actions propres	Réserves consolidées Résultat Groupe	Variations des justes valeurs Écarts de conversion	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts non contrôlants	Capitaux propres
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2017	126 414,2	50,6	7,6	(7,3)	571,2	(5,8)	616,3	(0,1)	616,2
Variation de la valeur des instruments dérivés						(4,5)	(4,5)		(4,5)
Pertes et gains actuariels					(0,1)		(0,1)		(0,1)
Écarts de conversion						(0,1)	(0,1)		(0,1)
Autres éléments du résultat		-	-	-	(0,1)	(4,6)	(4,6)	-	(4,6)
Résultat de la période					69,1		69,1	-	69,1
Résultat global total de la période		-	-	-	69,0	(4,6)	64,5	-	64,5
Dividendes distribués					(108,6)		(108,6)		(108,6)
Variations de capital de l'entreprise consolidante									
Acquisitions/Cessions d'actions propres				(0,2)	(0,4)		(0,6)		(0,6)
Total des transactions actionnaires		-	-	(0,2)	(108,9)	-	(109,1)	-	(109,1)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					4,2		4,2		4,2
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites					-		-		-
Autres mouvements					-		-	0,0	0,0
SITUATION AU 30 JUIN 2017	126 414,2	50,6	7,6	(7,5)	535,5	(10,4)	575,8	(0,0)	575,7
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2018	126 414,2	50,6	7,6	(6,8)	622,8	(11,9)	662,3	(0,1)	662,2
Impacts IFRS 15 sur les capitaux propres d'ouverture ⁽³⁾		-	-	-	(0,2)	-	(0,2)	-	(0,2)
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2018 RETRAITÉE	126 414,2	50,6	7,6	(6,8)	622,7	(11,9)	662,1	(0,1)	662,0
Variation de la valeur des instruments dérivés						0,1	0,1		0,1
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres ⁽¹⁾						-	-		-
Pertes et gains actuariels					(0,0)		(0,0)		(0,0)
Écarts de conversion						0,0	0,0		0,0
Autres éléments du résultat		-	-	-	(0,0)	0,1	0,1	-	0,1
Résultat de la période					79,5		79,5		79,5
Résultat global total de la période		-	-	-	79,5	0,1	79,6	-	79,6
Dividendes distribués					(120,0)		(120,0)		(120,0)
Variations de capital de l'entreprise consolidante									
Acquisitions/Cessions d'actions propres				(1,0)			(1,0)		(1,0)
Total des transactions actionnaires		-	-	(1,0)	(120,0)	-	(120,9)	-	(120,9)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					5,0		5,0		5,0
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites					-		-		-
Autres mouvements					(0,1)		(0,1)	0,1	-
SITUATION AU 30 JUIN 2018	126 414,2	50,6	7,6	(7,8)	587,2	(11,8)	625,8	(0,0)	625,8

⁽³⁾ Les capitaux propres d'ouverture au 1^{er} janvier 2018 ont été retraités des impacts des dispositions de la norme IFRS 15, appliquées par le Groupe pour la première fois à cette date sans ajustement sur les comparatifs (cf. note 4).

⁽¹⁾ Les dispositions de la norme IFRS 9 n'ont pas eu d'impact sur les capitaux propres du Groupe.

6.2 NOTES ANNEXES AUX COMPTES CONSOLIDÉS CONDENSÉS

Sauf indication contraire, tous les montants cités dans l'annexe sont libellés en millions d'euros.

1. Faits marquants du semestre

- Le premier semestre 2018 été marqué par le renouvellement des contrats de distribution du Groupe M6 avec ses principaux partenaires distributeurs, Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Groupe Canal+ et Orange. Les accords signés sécurisent la diffusion des chaînes payantes, principalement Paris Première et Téva, et rémunèrent les chaînes et services associés M6, W9 et 6ter.
- Le 15 juin 2018, le Groupe a annoncé son alliance avec les groupes France Télévisions et TF1 pour bâtir ensemble une plateforme OTT française : SALTO.

Cette alliance entre les trois principaux éditeurs du marché s'inscrit dans la volonté d'accompagner toujours mieux le public français dans l'évolution de ses usages.

Avec SALTO, les groupes France Télévisions, M6 et TF1 entendent proposer une réponse ambitieuse aux nouvelles attentes du public avec un service de qualité, innovant et simple d'accès. Cette plateforme proposera une offre d'une variété sans égal : information (JT, magazines, événements spéciaux), sports, divertissements, fictions françaises, séries US, documentaires et cinéma.

Une société autonome, détenue à parts égales par les trois groupes, sera créée pour opérer cette plateforme, à l'issue de l'examen par les autorités compétentes.

- Par ailleurs, le Groupe M6 a annoncé le 25 juin 2018 être entré en négociations exclusives avec le groupe néerlandais albelli en vue de la cession de la totalité du capital de la société monAlbumPhoto. Conformément aux dispositions de la norme IFRS 5 – *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, les actifs et passifs de la société sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 30 juin 2018 comme, respectivement, des "actifs détenus en vue de la vente" et des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 12).

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2018 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 23 juillet 2018 et examinés par le Conseil de Surveillance du 24 juillet 2018. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

Métropole Télévision est une société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, domiciliée au 89, avenue Charles de Gaulle, à Neuilly-sur-Seine en France. Elle est cotée à Paris sur le compartiment A d'Euronext (code ISIN FR0000053225). Elle est en outre consolidée suivant la méthode de l'intégration globale par le Groupe RTL, coté sur les marchés de Bruxelles, de Luxembourg et de Francfort.

3. Préparation et présentation des états financiers consolidés

Déclaration de conformité et bases de préparation

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2018 ont été préparés en conformité avec la norme IAS 34 - *Information financière intermédiaire* et sur la base d'états financiers condensés conformes aux normes IFRS en vigueur au sein de l'Union Européenne.

Le référentiel IFRS adopté dans l'Union Européenne au 30 juin 2018 est disponible à la rubrique Normes et interprétations IAS/IFRS, SIC et IFRIC adoptées par la Commission sur le site suivant :

http://ec.europa.eu/finance/accounting/index_fr.htm.

Les comptes semestriels n'incluent donc pas l'intégralité des informations nécessaires à l'établissement de comptes annuels. Ils doivent être lus conjointement avec les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2017.

Règles et méthodes comptables

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2018 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2017, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2018.

Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne et d'application obligatoire pour les exercices ouverts au 1^{er} janvier 2018

L'adoption des normes IFRS 9 – *Instruments financiers*, IFRS 15 – *Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients* et clarifications d'IFRS 15, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018, affectent les règles et méthodes comptables du Groupe.

Le Groupe a choisi d'appliquer la méthode rétrospective modifiée au 1^{er} janvier 2018 et a reconnu l'impact cumulé de l'application initiale de ces normes en capitaux propres à cette date, sans retraitement de l'information comparative.

Ces changements font l'objet d'une présentation plus détaillée dans la note 4 – *Changements de méthode*.

Les autres normes et amendements aux normes IFRS, applicables pour le premier semestre 2018, n'ont pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe au 30 juin 2018 :

- Amendements à IFRS 2 – *Paiement fondé sur des actions : Classification et évaluation des transactions dont le paiement est fondé sur des actions*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- Améliorations annuelles des IFRS (cycle 2014-2016), applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRIC 22 – *Transactions en devises étrangères*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018.

Application de nouvelles normes par anticipation de leur date d'application obligatoire

Le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée des textes suivants dont la date d'application obligatoire est postérieure au 1^{er} janvier 2018 :

- IFRS 16 – *Contrats de location*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019 ;
- Amendements à IFRS 9 – *Instruments financiers : Clause de remboursement anticipé prévoyant une compensation négative*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019.

L'analyse des conséquences pour le Groupe de la première application de la norme IFRS 16 est en cours. Le principal impact attendu sur les comptes consolidés est une augmentation des "droits d'utilisation" à l'actif du bilan et une augmentation des "dettes de location" au passif du bilan, au titre des contrats dans lesquels le Groupe est preneur et actuellement qualifiés de contrats de location simple. La nouvelle norme devrait ainsi avoir des conséquences matérielles au titre du contrat de location du stade Matmut Atlantique par le Football Club des Girondins de Bordeaux, ainsi que des autres contrats de location immobilière.

Le Groupe n'attend pas d'impact matériel de la première application des amendements à IFRS 9 sur ses situations et performances financières.

Normes publiées par l'IASB mais non encore approuvées par l'Union Européenne

Le Groupe pourrait être concerné par :

- Amendements à IAS 28 – *Participations dans des entreprises associées : Intérêts à long terme dans une entreprise associée ou une coentreprise*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;
- Améliorations annuelles des IFRS (cycle 2015-2017), applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;
- Amendements à IAS 19 – *Avantages du personnel : Modification, réduction ou liquidation d'un régime*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;
- IFRS 17 – *Contrats d'assurance*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2021 ;
- IFRIC 23 – *Incertitude relative aux traitements fiscaux*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019.

L'analyse des conséquences pour le Groupe de la première application de ces normes est en cours également. Cette dernière ne devrait toutefois pas avoir d'effet matériel sur les situations et performances financières du Groupe.

4. Changements de méthode

IFRS 15

- Au 1^{er} janvier 2018, le Groupe a appliqué pour la première fois la norme IFRS 15 – *Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients*. Cette dernière remplace les normes IAS 11 – *Contrats de construction* et IAS 18 – *Produits des activités ordinaires*, ainsi que les interprétations correspondantes IFRIC 13 – *Programmes de fidélisation de la clientèle*, IFRIC 15 – *Accords de construction de biens immobiliers*, IFRIC 18 – *Transferts d'actifs provenant de clients* et SIC 31 – *Produits des activités ordinaires : opérations de troc portant sur des services de publicité*.

Le principe fondamental de la nouvelle norme est le suivant : la comptabilisation des produits des activités ordinaires doit refléter le transfert des biens et services promis aux clients pour un montant correspondant à la rémunération à laquelle le vendeur s'attend à avoir droit.

Le transfert des biens et services est censé refléter la notion de transfert du contrôle au client. Il peut se produire à une date donnée (par exemple lors de la livraison d'un bien) ou sur une période donnée (par exemple au fur et à mesure qu'un service est rendu ou qu'un bien est construit).

Une fois ce principe directeur posé, la nouvelle norme identifie cinq étapes pour la comptabilisation d'un produit :

- *Identification du(des) contrat(s) avec un client*

Un contrat au sens de la nouvelle norme est un accord entre deux parties ou plus qui crée des droits et obligations exécutoires.

La norme précise également les conditions dans lesquelles plusieurs contrats doivent être regroupés pour être comptabilisés comme un seul et même contrat, ainsi que les modalités de comptabilisation des modifications de contrat (contrat distinct ou rattachement au contrat initial).

- *Identification des différentes obligations de prestation distinctes du contrat*

Une obligation de prestation correspond à la promesse de fournir au client un bien ou un service (ou un groupe de biens ou services) qui est considéré comme distinct des autres biens ou services promis dans le cadre du contrat.

La norme précise les critères à remplir pour qu'une promesse de transférer un bien ou un service soit considérée comme distincte.

Cette étape d'identification des différentes obligations de prestation prévues au contrat est très importante dans la mesure où elle conditionne notamment l'allocation du prix de la transaction aux différentes obligations, ainsi que le rythme de reconnaissance du chiffre d'affaires du contrat, les différentes obligations de performance étant remplies à des dates potentiellement différentes.

- *Détermination du prix de transaction*

Le prix de transaction est le montant de contrepartie (y compris les contreparties variables ou les contreparties autres qu'en numéraire) auquel le vendeur s'attend à avoir droit en échange de la fourniture de biens ou de services promis à un client.

- *Répartition du prix de transaction entre les différentes obligations de prestation*

L'objectif est ici d'affecter à chaque obligation de prestation distincte un montant qui reflète le montant de contrepartie auquel le vendeur s'attend à avoir droit en échange de la fourniture des biens ou des services promis au client.

En général, cette affectation devra se faire sur la base des prix de vente spécifiques relatifs de chaque bien ou service distinct.

- *Comptabilisation du produit lorsque les obligations de prestation sont satisfaites*

Dans la très grande majorité des cas, le vendeur doit comptabiliser des produits des activités ordinaires lorsqu'il a rempli (ou à mesure qu'il remplit) une obligation de prestation en fournissant au client le bien ou service promis.

Le chiffre d'affaires est ainsi comptabilisé soit à une date donnée, soit sur une période donnée.

L'application de ces nouvelles dispositions n'a pas eu de conséquences significatives sur la reconnaissance du chiffre d'affaires du Groupe. Plus spécifiquement, les principes généraux de reconnaissance du chiffre d'affaires par type d'activité restent les suivants :

- les recettes publicitaires sont comptabilisées à mesure de la diffusion des écrans et des messages publicitaires ayant fait l'objet de la vente ; le chiffre d'affaires est reconnu net de remises commerciales accordées selon les conditions générales et particulières se traduisant par l'octroi d'avoirs en cours et en fin d'année ;
- la rémunération des chaînes numériques octroyée par les opérateurs du câble et du satellite qui les diffusent est calculée sur la base d'un prix par abonné ou sous la forme d'un forfait annuel ;
- les revenus des activités de diversification sont appréhendés à la réalisation de la prestation ou à la livraison des produits. Ils sont comptabilisés nets de provisions pour retour. Lorsque le Groupe agit en qualité d'agent plutôt qu'en tant que mandant dans une transaction, les produits comptabilisés correspondent au montant net des commissions perçues par le Groupe ;
- les ventes des droits audiovisuels sont comptabilisées à la date d'ouverture des droits, essentiellement dans le cadre des ventes aux télévisions ; les autres ventes (salle et vidéo) sont reconnues en fonction des entrées ou à la livraison du matériel. Il peut donc y avoir, dans ce dernier cas (licences avec redevances en fonction des ventes ou de l'utilisation), un décalage entre la satisfaction de l'obligation de prestation (par exemple, l'ouverture des droits pour les ventes salle) et la reconnaissance des produits (par exemple, à mesure que les billets d'entrée sont vendus par l'exploitant). Toutefois, les impacts liés à ce décalage ne sont pas matériels et ne nécessitent donc pas une mention spécifique dans les annexes aux comptes consolidés ;
- les revenus sportifs, tels que les droits de diffusion reversés par les organisateurs des compétitions, sont enregistrés à mesure de l'avancement de la saison sportive à l'exception des primes reçues au titre d'un classement à venir qui sont comptabilisées à la date où le classement est définitivement acquis.

Le principal changement introduit par la nouvelle norme, pour ce qui est des métiers du Groupe, concerne les ventes de contenus, et en particulier les revenus associés aux licences. L'enjeu est ici de déterminer si ces dernières consistent à accorder aux clients des droits d'accès à la propriété intellectuelle telle qu'elle existe tout au long de la période couverte par les licences, ou, au contraire, des droits d'utilisation de la propriété intellectuelle telle qu'elle existe au moment précis où les licences sont octroyées. Dans le premier cas, le chiffre d'affaires est étalé sur la durée des licences octroyées (reconnaissance "over time") alors que, dans le second, il est reconnu en totalité à la date d'octroi des licences (reconnaissance "point in time").

Cette principale nouveauté pour le Groupe concerne essentiellement les licences octroyées dans le cadre de l'activité de merchandising et des opérations promotionnelles de M6 Créations, ainsi que dans le cadre de l'activité *endorsement* (association entre des animateurs et des marques) de M6 Interactions, dont les revenus associés étaient auparavant intégralement reconnus à la date d'octroi de la licence alors qu'ils sont aujourd'hui étalés sur la durée de cette dernière.

Le Groupe a choisi de n'appliquer la nouvelle norme de façon rétrospective qu'aux seuls contrats qui ne sont pas achevés au 1^{er} janvier 2018, en comptabilisant par ailleurs l'effet cumulatif de l'application initiale à la date de première application comme un ajustement du solde d'ouverture des résultats non distribués au 1^{er} janvier 2018.

Cet ajustement de -0,2 M€ à la baisse des capitaux propres consolidés d'ouverture au 1^{er} janvier 2018, reflétant l'impact net des nouvelles règles sur la date et le rythme de reconnaissance des revenus associés aux licences, se détaille comme suit :

	Impacts IFRS 15
Chiffres d'affaires	(1,1)
Consommations et autres charges opérationnelles	0,8
Impôt sur le résultat	0,1
CAPITAUX PROPRES D'OUVERTURE	(0,2)

Au titre du premier semestre 2018, les impacts du changement de méthode de reconnaissance du chiffre d'affaires, sur les principaux agrégats du compte de résultat consolidé, sont les suivants :

	30/06/2018	Impacts IFRS 15	30/06/2018 IAS 18
Chiffre d'affaires	738,0	0,0	738,0
Consommations et autres charges opérationnelles	(359,3)	(0,0)	(359,3)
Impôt sur le résultat	(45,6)	(0,0)	(45,6)
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	79,5	0,0	79,5

Par ailleurs, la répartition du chiffre d'affaires par nature est la suivante (en millions d'euros) :

	30/06/2018	30/06/2017
Chiffre d'affaires publicitaire	527,1	445,3
Chiffre d'affaires non publicitaire	210,9	217,1
Chiffre d'affaires total	738,0	662,4

IFRS 9

- De même, au 1^{er} janvier 2018, le Groupe a appliqué pour la première fois la norme IFRS 9 – *Instruments financiers*. Cette dernière remplace la norme IAS 39 – *Instruments financiers : comptabilisation et évaluation*.

IFRS 9 introduit notamment une approche unique de classification pour tous les actifs financiers, soit au coût amorti, soit à la juste valeur (par le biais des autres éléments du résultat global ou par le biais du résultat net) selon le modèle économique de l'entité pour la gestion des actifs financiers, et selon les caractéristiques des flux de trésorerie de l'actif financier. La nouvelle norme n'apporte en revanche pas de modification majeure au titre des passifs financiers qui continueront donc, pour la très grande majorité d'entre eux, à être classés comme étant ultérieurement évalués au coût amorti.

IFRS 9 introduit également un nouveau modèle de dépréciation des instruments financiers qui se traduira notamment par une reconnaissance des pertes de crédit attendues sur instruments financiers dès la comptabilisation de ces derniers.

Les dispositions de la nouvelle norme sur le classement, l'évaluation et la dépréciation des instruments financiers sont appliquées par le Groupe à compter du 1^{er} janvier 2018 de manière rétrospective sans ajustement des comparatifs.

Les nouvelles règles de dépréciation des instruments financiers introduites par la norme IFRS 9 n'ayant pas d'impact pour le Groupe, le principal effet concerne le reclassement des actifs financiers jusqu'à présent présentés, conformément aux dispositions de la norme IAS 39, sous la rubrique "Actifs financiers disponibles à la vente" de l'état de la situation financière consolidée vers la rubrique "Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur" :

Au 31 décembre 2017	IAS 39	IFRS 9
Actifs financiers disponibles à la vente	13,9	
<i>Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur par résultat</i>		4,4
<i>Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur par capitaux propres</i>		9,5
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur		13,9

5. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité et il en résulte généralement un résultat net consolidé du premier semestre supérieur à celui enregistré sur le second semestre.

Notamment, les chaînes et les radios pâtissent au cours du second semestre à la fois d'un niveau moindre des recettes publicitaires durant les mois d'été et d'une augmentation des coûts liés aux programmes au moment de la rentrée de septembre et des fêtes de fin d'année. Cette saisonnalité peut cependant être significativement modifiée dans le cas où un ou des événements ponctuels pesant sur le coût des programmes (événements sportifs majeurs par exemple) sont diffusés au cours du premier semestre.

Les activités du pôle Ventadis sont marquées par une saisonnalité forte avec un accroissement du chiffre d'affaires et du résultat au second semestre, porté par les ventes réalisées dans le contexte des fêtes de fin d'année.

Le résultat du Football Club des Girondins de Bordeaux est fortement corrélé à la participation et au succès du club dans les compétitions à éliminations (coupes nationales, compétitions européennes) et à la cession de joueurs. Le premier semestre est généralement meilleur que le second, la prime de classement liée à la performance du club en Ligue 1 (championnat de France) étant reconnue au cours du second semestre de la saison sportive qui correspond au premier semestre de l'année civile et de l'exercice du Groupe.

Les autres activités du Groupe sont moins affectées par des effets de saisonnalité.

6. Regroupements d'entreprises / Évolution du périmètre de consolidation

- Le périmètre de consolidation du Groupe a évolué de la façon suivante au cours du premier semestre 2018 :
 - consolidation des filiales françaises des réseaux RTL 2 et Fun Radio au 1^{er} janvier 2018 (ces sociétés correspondent aux décrochages locaux des deux stations) ;
 - fusion de la société RTL Net dans la société M6 Web au 1^{er} janvier 2018 ;
 - fusion de la société Ediradio dans la société Métropole Télévision au 1^{er} janvier 2018 ;
 - fusion de la société RTL Special Marketing dans la société M6 Interactions au 1^{er} janvier 2018 ;
 - fusion des sociétés IP France, IP Régions et Mediapanel dans la société M6 Publicité au 1^{er} janvier 2018 ;
 - fusion de la société Parisonair dans la société M6 Événements au 1^{er} janvier 2018 ;
 - fusion de la société Printic dans la société MonAlbumPhoto au 1^{er} janvier 2018.
- Au cours de l'exercice 2017, le Groupe avait acquis 100 % du capital de la société Fidélité Films. Le goodwill définitif s'établit à 1,6 M€ au 30 juin 2018.
- Le Groupe avait également acquis 100 % du pôle Radio français de RTL Group.
 - Le prix d'acquisition provisoire est de 194,7 M€ à date, contre 196,7 M€ au 31 décembre 2017.
 - Les travaux d'allocation du prix d'acquisition seront finalisés sur le second semestre 2018.

7. Informations sectorielles

Les secteurs opérationnels du Groupe sont ceux sur lesquels est basé le reporting de gestion interne établi mensuellement et communiqué au principal décideur opérationnel, le Directoire, ainsi qu'aux autres décisionnaires opérationnels, les dirigeants des filiales ou directions du Groupe.

Les indicateurs de performance plus particulièrement suivis sont le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant (EBITA), qui se définit comme le résultat opérationnel avant prise en compte des produits et charges liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession de filiales et participations. Sont également analysés régulièrement les capitaux employés et les investissements réalisés par secteur afin d'apprécier la rentabilité des ressources allouées à ces derniers et de décider de la politique d'investissement future.

Le Groupe a adapté au cours des dernières années son organisation opérationnelle en fonction des marchés sur lesquels il exerce ses différents métiers :

- la diffusion TV, par un renforcement de la mutualisation entre les différentes chaînes, gratuites et payantes, du Groupe (acquisitions, technique, diffusion, etc...) ;
- la radio, qui inclut les stations de radio (RTL, RTL2 et Fun Radio) ainsi que la quote-part de l'activité de la régie publicitaire affectée à ces dernières ;
- la production (cinéma, TV et internet) et la distribution de droits audiovisuels, pour renforcer l'accès du Groupe aux contenus ;
- les diversifications, par lesquelles le Groupe innove et développe des activités complémentaires et utilisatrices du media TV.

Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'attribution d'actions gratuites, au résultat des sociétés immobilières et sociétés sans activité et à des retraitements de consolidation non alloués et correspondant essentiellement à l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés.

Par ailleurs, en 2018, le Groupe M6 a adapté son organisation opérationnelle à la suite de l'acquisition du pôle radio RTL et du regroupement des équipes en charge de la diffusion linéaire et non-linéaire des chaînes de télévision. En conséquence, le Groupe a modifié la structure des segments de son information sectorielle :

- reclassement de la branche « Nouveaux Médias Chânes » (6play) de M6 Web (segment Diversifications) dans le segment Télévision ;
- renforcement du segment Production et Droits audiovisuels avec les deux sociétés de production TV (Studio 89 et C Productions) et la filiale de production de contenus pour internet (GoldenNetwork), auparavant intégrées au segment Télévision.

En application d'IFRS 8 - *Secteurs opérationnels*, les données 2017 de chacun des segments ont été retraitées dans l'information détaillée ci-après, afin de refléter ces modifications.

Résultat

Les contributions de chaque secteur d'activité au résultat sont les suivantes :

En 2017 :

	Télévision	Radio	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2017 retraité
Chiffre d'affaires hors-Groupe	467,2	-	49,3	145,7	0,2	662,4
Chiffre d'affaires inter-segments	5,4	-	37,8	1,2	(44,4)	-
Chiffre d'affaires	472,6	-	87,2	146,9	(44,3)	662,4
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	106,9	-	4,6	10,6	(3,5)	118,7
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises			(0,5)	(0,5)		(1,0)
Résultat de cession de filiales et participations						-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						117,7
Résultat financier						(0,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						1,0
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						117,8
Impôt						(48,7)
Résultat net des activités poursuivies						69,1
Résultat net des activités en cours de cession / cédées						-
Résultat de la période						69,1
attribuable au Groupe						69,1
attribuable aux intérêts non contrôlants						0,0

En 2018 :

	Télévision	Radio	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2018
Chiffre d'affaires hors-Groupe	482,7	77,8	31,9	145,5	0,2	738,0
Chiffre d'affaires inter-segments	8,3	0,7	47,3	1,0	(57,3)	-
Chiffre d'affaires	491,0	78,5	79,2	146,5	(57,2)	738,0
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	120,1	10,4	7,1	(4,2)	(4,0)	129,4
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises			(0,9)	(0,5)		(1,4)
Résultat de cession de filiales et participations						-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						128,0
Résultat financier						(1,2)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(1,7)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						125,1
Impôt						(45,6)
Résultat net des activités poursuivies						79,5
Résultat net des activités en cours de cession / cédées						-
Résultat de la période						79,5
attribuable au Groupe						79,5
attribuable aux intérêts non contrôlants						(0,0)

N'ayant pas d'activité significative hors de France Métropolitaine, le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique.

8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

8.1 Autres produits opérationnels

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 8,4 M€ (contre 4,9 M€ au 30 juin 2017) et sont constitués principalement :

- des subventions d'exploitation pour 4,7 M€, contre 1,6 M€ au 30 juin 2017 ;
- des crédits d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) et pour la recherche pour 1,6 M€, contre 1,5 M€ au 30 juin 2017.

8.2 Consommations et autres charges opérationnelles

	30/06/2018	30/06/2017
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(127,8)	(118,8)
Consommations de stocks de marchandises	(23,5)	(25,2)
Autres services extérieurs	(207,4)	(192,4)
Autres charges opérationnelles	(0,5)	(0,4)
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(359,3)	(336,8)

8.3 Dotations aux amortissements et aux dépréciations

	30/06/2018	30/06/2017
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(28,1)	(33,9)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(2,4)	(2,9)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(13,8)	(10,5)
Amortissements des immobilisations corporelles	(7,9)	(6,4)
Autres dépréciations	(2,2)	0,5
Perte de valeur des actifs non amortissables	(0,9)	-
TOTAL DOTATIONS (NETTES DES REPRISES)	(55,3)	(53,3)

9. Rémunérations en actions

Aucune attribution d'actions gratuites n'a été décidée par le Directoire au premier semestre 2018.

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions gratuites s'apprécie comme la valeur de l'action à la date d'octroi diminuée de la valeur actuelle des dividendes futurs estimés sur la période d'indisponibilité.

Sur le semestre, le solde des actions attribuées a évolué comme suit :

	Attribution à la date du plan	Attribution maximum	Solde 31/12/2017	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2018
Plans d'attribution gratuite d'actions	1 335 384	1 335 384	1 319 684	-	-	-	(21 700)	1 297 984
Du 28/07/2016	440 600	440 600	424 900	-	-	-	(11 300)	413 600
Du 28/07/2016	361 000	361 000	361 000	-	-	-	-	361 000
Du 27/07/2017	217 667	217 667	217 667	-	-	-	-	217 667
Du 27/07/2017	307 200	307 200	307 200	-	-	-	(10 400)	296 800
Du 02/10/2017	8 917	8 917	8 917	-	-	-	-	8 917

Les annulations enregistrées au cours du semestre résultent de départs de bénéficiaires avant ouverture de la période d'exercice de leurs droits. Elles peuvent être liées également à la non-atteinte des objectifs de performances financières assignés lors de l'attribution des plans.

Les données relatives aux plans d'attribution d'actions gratuites sont celles de référence reflétant l'atteinte des objectifs de performance fixés dans le cadre des plans de 2016 et 2017.

La charge IFRS 2 relative aux plans d'attribution d'actions gratuites ouverts au 30 juin 2018 est enregistrée dans le compte de résultat sur la ligne " Charges de personnel ". Les impacts sur le semestre sont les suivants :

	Charges de personnel	
	30/06/2018	30/06/2017
Plans d'attribution gratuite d'actions		
Du 11/05/2015	-	0,1
Du 28/07/2015	-	1,5
Du 28/07/2016	3,0	1,2
Du 27/07/2017	2,0	1,4
Du 02/10/2017	0,0	-
CHARGE TOTALE	5,0	4,2

10. Résultat financier

	30/06/2018	30/06/2017
Produits des placements	0,1	0,2
Divers produits d'intérêts	0,0	0,1
Réévaluation des instruments dérivés	0,1	0,0
Revenus financiers	0,2	0,3
Intérêts sur emprunts associés et banques	(0,4)	(0,0)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,3)	(0,1)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,1)	(0,2)
Charges financières	(0,8)	(0,3)
Autres éléments financiers	(0,6)	(0,8)
RÉSULTAT FINANCIER	(1,2)	(0,8)

- Les produits des placements sont en baisse sur le premier semestre 2018, en raison d'un encours moyen placé en retrait (47,7 M€ en 2018, contre 165,5 M€ en 2017). Le taux de référence EONIA est resté négatif pendant le semestre à -0,36 % en moyenne, comme au premier semestre 2017.

Le Groupe a ainsi dégagé 0,1 M€ de produits de placements sur le premier semestre 2018, contre 0,2 M€ sur le premier semestre 2017.

- Les intérêts sur emprunts associés et banques s'élèvent à -0,4 M€ au 30 juin 2018 et correspondent principalement aux intérêts sur l'emprunt obligataire mis en place pour financer l'achat du pôle Radio de RTL Group. L'endettement moyen s'est élevé à 84,6 M€ au premier semestre 2018.
- Les autres charges financières correspondent essentiellement à la réévaluation des autres actifs et passifs financiers (promesses d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires, achats à terme d'actions propres, retraites, comptes en devises).

11. Impôt sur le résultat

Les composants de la charge d'impôt sur les bénéfices sont les suivants :

	30/06/2018	30/06/2017
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(41,4)	(46,2)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(4,2)	(2,6)
TOTAL	(45,6)	(48,7)

Le taux d'impôt sur les sociétés projeté au titre de l'exercice 2018 est de 34,43 % pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français (contre 39,43 % au titre de l'exercice 2017).

Pour rappel, le taux d'impôt sur les sociétés 2017 retenu au 30 juin 2017 était de 34,43 % et n'intégrait pas la contribution exceptionnelle de 15 % créée en décembre 2017 par la première Loi de Finances Rectificative pour 2017.

Conformément aux dispositions de la Loi de Finances pour 2018, le taux d'imposition utilisé pour comptabiliser les différences temporelles des entités françaises est dégressif. Les taux utilisés sont compris entre 32,02 % (pour les différences temporelles se renversant avant le 31 décembre 2019) et 25,83 % (pour les différences temporelles se renversant au-delà du 31 décembre 2021).

Le rapprochement entre la charge réelle d'impôt du Groupe et la charge obtenue en appliquant le taux d'impôt en vigueur au résultat avant impôt est le suivant :

	30/06/2018	30/06/2017
Résultat de la période attribuable au Groupe	79,5	69,1
Intérêts non contrôlants	0,0	(0,0)
Impôt sur le résultat	(45,6)	(48,7)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,5	1,0
Produits et charges liés aux regroupements d'entreprises	(0,2)	(0,2)
Perte de valeur des goodwill	(3,1)	-
Coût des actions gratuites (IFRS 2)	(5,0)	(4,2)
Résultat des activités poursuivies avant impôt retraité	133,0	121,3
Taux d'impôt commun théorique	34,43%	34,43%
Charge d'impôt théorique	(45,8)	(41,8)
Éléments en rapprochement :		
Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises ⁽¹⁾	(3,7)	(4,5)
Taxe de 3 % sur dividendes	2,8	(3,2)
Autres différences	1,1	0,8
CHARGE NETTE D'IMPÔT RÉEL	(45,6)	(48,7)
Taux effectif d'impôt	34,27%	40,17%

⁽¹⁾ Le Groupe a décidé dès l'exercice 2010 de requalifier la Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (C.V.A.E.) en impôt sur le résultat. Le montant s'élève à 5,6 M€ (3,7 M€ net d'impôt) au 30 juin 2018 contre 6,9 M€ (4,5 M€ net d'impôt) au 30 juin 2017.

Le Groupe était assujéti depuis l'exercice 2013 à la contribution additionnelle à l'impôt sur les sociétés de 3 % sur les distributions de dividendes. Sur le premier semestre 2017, la contribution de 3,2 M€ avait ainsi été acquittée au titre des dividendes versés en mai 2017. Cette contribution a été jugée contraire à la Constitution par le Conseil constitutionnel le 6 octobre 2017. Le produit d'impôt à recevoir de 19,8 M€ (correspondant au remboursement attendu des contributions indument payées entre 2013 et 2017) a donc été comptabilisé sur le second semestre 2017. Sur le premier semestre 2018, le produit de 2,8 M€ correspond aux intérêts moratoires perçus au titre du remboursement de 19,8 M€.

Au 30 juin 2018, aucun passif d'impôt différé n'a été comptabilisé pour des impôts qui seraient dus sur les résultats non distribués de certaines filiales, entreprises associées ou coentreprises du Groupe.

12. Activité en cours de cession

Le Groupe M6 a annoncé le 25 juin 2018 être entré en négociations exclusives avec le groupe néerlandais albelli en vue de la cession de la totalité du capital de la société monAlbumPhoto. Conformément aux dispositions de la norme IFRS 5 – *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, les actifs et passifs de la société sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 30 juin 2018 comme, respectivement, des "actifs détenus en vue de la vente" et des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente".

Les contributions de monAlbumPhoto au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés du premier semestre 2018 sont respectivement de 11,3 M€ et 0,2 M€.

Les éléments de l'état de la situation financière regroupés sur les lignes d'actif et de passif spécifiques se détaillent pour leur part comme suit :

	30/06/2018
Actif	
Immobilisations incorporelles	(23,0)
Immobilisations corporelles	(3,8)
Autres actifs non courants	(0,2)
Autres actifs courants	(1,6)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(0,6)
Total des actifs détenus en vue de la vente	29,1
Passif	
Passifs non courants	(0,2)
Passifs courants	(4,9)
Total des passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente	5,1

13. Résultat par action

	30/06/2018	30/06/2017
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	79,5	69,1
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités en cours de cession	-	-
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	79,5	69,1
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	125 968 399	126 003 467
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	1 010 785	941 107
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 979 184	126 944 575
Résultat par action (en euros)	0,631	0,548
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	0,631	0,548
Résultat dilué par action (en euros)	0,626	0,544
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	0,626	0,544

* Ne comprend que les actions dilutives (au regard des conditions de marché prévalant à la clôture)

Le calcul du résultat dilué par action tient compte d'attributions d'actions gratuites accordées lors des plans du 28 juillet 2016, du 27 juillet 2017 et du 2 octobre 2017.

Les actions potentiellement dilutives se montent à 1 010 785. L'effet dilutif sur le résultat par action représenterait ainsi 0,5 centime d'euro par titre.

En pratique, ces actions n'auront toutefois pas d'effet dilutif puisque leur livraison aux bénéficiaires est aujourd'hui couverte par des contrats d'achat à terme (portant au total sur 920 000 actions).

14. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2018	30/06/2017
Déclarés et versés au cours de l'exercice	119,6	107,1
Nombre d'actions en circulation en milliers	125 932	126 020
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	0,95	0,85

15. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (hors coproductions)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Goodwill	Total 30/06/2018
Au 1^{er} janvier 2018, net des dépréciations et amortissements	42,4	2,8	10,8	56,0	145,8	235,6	437,4
Acquisitions	21,8	0,9	20,7	43,4	7,0	-	50,4
Effets de périmètre - montant brut	0,3	-	-	0,3	5,6	0,9	7,3
Cessions	(0,1)	-	(0,1)	(0,2)	(5,1)	-	(5,3)
Autres mouvements	6,1	-	-	6,1	0,3	-	5,9
Reclassements	8,5	1,3	(9,8)	-	-	-	-
Dépréciations	(3,8)	2,0	(0,1)	(1,9)	1,0	(0,9)	(1,9)
Dotations aux amortissements 2018	(24,3)	(4,3)	-	(28,5)	(14,8)	-	(43,3)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	-	-	-	(0,3)	-	(0,3)
Reprises d'amortissements sur cessions	0,1	-	-	0,1	3,4	-	3,5
Actifs détenus en vue de la vente	-	-	-	-	(2,4)	(20,5)	(23,0)
Au 30 juin 2018, net des dépréciations et amortissements	51,0	2,7	21,5	75,2	140,4	215,1	430,7
Au 1^{er} janvier 2018, net des dépréciations et amortissements							
Valeur brute	930,7	660,3	13,8	1 604,7	281,9	267,9	2 154,6
Amortissements et dépréciations cumulés	(888,3)	(657,4)	(3,0)	(1 548,7)	(136,1)	(32,3)	(1 717,1)
MONTANT NET AU 1^{ER} JANVIER 2018	42,4	2,8	10,8	56,0	145,8	235,6	437,4
Au 30 juin 2018, net des dépréciations et amortissements							
Valeur brute	967,3	683,1	24,6	1,675,0	281,4	248,3	2 204,7
Amortissements et dépréciations cumulés	(916,3)	(680,4)	(3,1)	(1,599,8)	(141,0)	(33,3)	(1 774,0)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2018	51,0	2,7	21,5	75,2	140,4	215,1	430,7

- Les "droits audiovisuels" regroupent des droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques acquis dans le cadre de productions mais également en application d'accords de distribution pour lesquels un montant fixe (minimum garanti) a été versé au producteur.
- La rubrique "Coproductions" regroupe plus spécifiquement les parts producteurs et coproducteurs de longs métrages, fictions et autres programmes.

En application d'IAS 20 - *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC sont comptabilisées en diminution de la valeur d'actif des coproductions.

- Sont principalement comptabilisés en "avances et acomptes", les acomptes versés sur droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation. Les sommes versées sont reclassées en droits audiovisuels à la date d'ouverture des droits.
- Les autres immobilisations incorporelles correspondent aux licences, aux logiciels informatiques et aux indemnités de transfert des joueurs de football.

Hormis les licences apportées par RTL France Radio et correspondant aux droits au titre des autorisations d'usage de la ressource radioélectrique (fréquences) pour la France concernant la radio RTL, délivrées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, l'ensemble des autres immobilisations incorporelles a la nature d'actif amortissable.

16. Goodwill

Évolution

Les goodwill ont évolué comme suit :

		30/06/2018	31/12/2017
À l'ouverture, net des pertes de valeur		235,6	101,5
Acquisitions		-	134,1
Entrée de périmètre		0,9	-
Autres mouvements		-	-
Pertes de valeur		(0,9)	-
Actifs détenus en vue de la vente		(20,5)	-
À la clôture		215,1	235,6
À l'ouverture			
	Valeurs brutes	267,9	136,2
	Cumul des pertes de valeur	(32,4)	(34,7)
	MONTANT NET	235,6	101,5
À la clôture			
	Valeurs brutes	248,3	267,9
	Cumul des pertes de valeur	(33,3)	(32,4)
	MONTANT NET	215,1	235,6

Répartition

Les goodwill se répartissent par Unité Génératrice de Trésorerie (« UGT ») de la façon suivante :

Valeur nette		30/06/2018	31/12/2017
Télévision		-	-
Radio		134,0	132,7
Production et Droits Audiovisuels		-	-
	<i>Droits Audiovisuels</i>	4,8	5,2
Diversifications			
	<i>Internet</i>	63,8	64,7
	<i>E-Commerce</i>	-	20,5
	<i>Téléachat</i>	12,5	12,5
TOTAL		215,1	235,6

- L'UGT Internet intègre M6 Web et iGraal du fait des similarités de leur business model.
- L'UGT Téléachat intègre les entités Home Shopping Services, Best of TV et Best of TV Benelux.
- L'UGT Droits Audiovisuels intègre SND et les sociétés de catalogues de droits audiovisuels.
- L'UGT Radio intègre l'ensemble du pôle Radio français de RTL Group acquis en 2017.
- Le goodwill de l'UGT E-Commerce, correspondant à monAlbumPhoto, a été reclassé au 30 juin 2018 en "Actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 12).

Perte de valeur

Le Groupe ne réalise des tests de perte de valeur lors des arrêts intermédiaires que si des indices de perte de valeur sont identifiés sur la période considérée.

À la suite de la cession du fonds de commerce Clubic, le goodwill de l'UGT Internet a été déprécié à hauteur de (0,9) M€.

Aucun autre indice de cette nature n'a été identifié au cours du premier semestre 2018.

17. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations incorporelles	Immobilisation en cours	Total 30/06/2018
Au 1^{er} janvier 2018, net des dépréciations et amortissements	19,3	68,2	15,6	10,3	13,8	127,2
Acquisitions	-	0,1	8,0	2,2	3,2	13,5
Effets de périmètre - montant brut	-	-	1,8	0,2	-	2,0
Cessions	-	-	(10,0)	(3,3)	-	(13,3)
Autres mouvements	-	-	0,0	(0,0)	(0,0)	0,0
Reclassements	-	(0,0)	7,4	1,0	(8,4)	(0,0)
Dépréciations	-	0,0	0,0	0,0	-	0,0
Dotations aux amortissements 2018	-	(2,1)	(3,4)	(2,4)	-	(8,0)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	(0,0)	(1,5)	(0,2)	-	(1,7)
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	10,0	3,2	-	13,2
Actifs détenus en vue de la vente	(0,2)	(2,1)	(1,4)	(0,1)	(0,1)	(3,8)
Au 30 juin 2018, net des dépréciations et amortissements	19,1	64,1	26,4	11,0	8,7	129,2
Au 1^{er} janvier 2018						
Valeur brute	19,3	131,7	93,5	46,3	13,8	304,5
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(63,5)	(77,9)	(36,0)	-	(177,3)
MONTANT NET AU 1ER JANVIER 2018	19,3	68,2	15,6	10,3	13,8	127,2
Au 30 juin 2018						
Valeur brute	19,1	128,1	94,8	46,1	8,7	296,7
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(64,1)	(68,4)	(35,1)	-	(167,6)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2018	19,1	64,1	26,4	11,0	8,7	129,2

18. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2018
Au 1^{er} janvier 2018, net des dépréciations	251,3	14,1	265,4
Acquisitions	170,0	30,0	200,0
Acquisitions de filiales	-	-	-
Cessions de filiales	-	(0,8)	(0,8)
Consommations	(147,0)	(24,6)	(171,5)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2018	(9,0)	(1,3)	(10,3)
Au 30 juin 2018, net des dépréciations	265,4	17,3	282,7
Au 1^{er} janvier 2018			
Coût ou juste valeur	415,0	17,7	432,8
Cumul des dépréciations	(163,7)	(3,6)	(167,3)
MONTANT NET AU 1ER JANVIER 2018	251,3	14,1	265,4
Au 30 juin 2018			
Coût ou juste valeur	438,1	23,1	461,2
Cumul des dépréciations	(172,7)	(5,0)	(177,7)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2018	265,4	17,3	282,7

19. Participations dans les coentreprises et entreprises associées

Les contributions des coentreprises et entreprises associées dans l'état de la situation financière consolidée et l'état du résultat global consolidé du Groupe sont les suivantes :

	% de détention	31/12/2017	Quote-part de résultat	Perte de valeur	Dividendes versés	30/06/2018
Participations dans les coentreprises		2,7	0,3	-	(1,5)	1,5
Série Club	50%	2,0	0,3	-	(1,3)	1,1
HSS Belgique	50%	0,3	0,1	-	(0,3)	0,2
Panora Services	50%	0,4	(0,1)	-	-	0,3
Participations dans les entreprises associées		11,1	0,2	(2,2)	(0,5)	8,6
Quicksign	24%	0,2	-	-	-	0,2
Stéphane Plaza France	49%	4,2	0,5	-	(0,5)	4,3
Elephorm	34%	2,7	-	(2,2)	-	0,5
6&7	49%	0,5	(0,2)	-	-	0,2
Life TV	33%	3,5	(0,1)	-	-	3,4
PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES		13,8	0,5	(2,2)	(2,0)	10,1

20. Instruments financiers

20.1 Actifs financiers

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2017 et au 30 juin 2018 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après (la ventilation par catégorie d'instrument reflète les dispositions de la norme IFRS 9 applicables au 1^{er} janvier 2018) :

	31/12/2017				Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par capitaux propres	Coût amorti
Instruments de capitaux propres	13,9	-	13,9	13,9	4,4	9,5	-
Autres actifs financiers non courants	5,4	-	5,4	5,4	1,8	-	3,6
Autres actifs non courants	17,6	-	17,6	17,6	-	-	17,6
Créances clients	348,7	(18,0)	330,7	330,7	-	-	330,7
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs financiers courants	0,5	(0,3)	0,2	0,2	-	-	0,2
Autres actifs courants	199,5	(7,9)	191,6	191,6	-	-	191,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	54,3	-	54,3	54,3	34,0	-	20,2
ACTIFS	639,9	(26,2)	613,8	613,8	40,2	9,5	564,0

	30/06/2018				Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par capitaux propres	Coût amorti
Instruments de capitaux propres	6,2	-	6,2	6,2	4,4	1,8	-
Autres actifs financiers non courants	11,1	-	11,1	11,1	7,1	-	4,0
Autres actifs non courants	17,2	-	17,2	17,2	-	-	17,2
Créances clients	357,8	(18,5)	339,3	339,3	-	-	339,3
Instruments financiers dérivés	0,2	-	0,2	0,2	0,2	-	-
Autres actifs financiers courants	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	206,4	(4,6)	201,9	201,9	-	-	201,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	20,6	-	20,6	20,6	14,3	-	6,3
ACTIFS	619,5	(23,1)	596,5	596,5	26,0	1,8	568,7

Les autres actifs non courants correspondent à la fraction de l'avance faite par le Football Club des Girondins de Bordeaux à la ville de Bordeaux au titre de la convention d'occupation du nouveau stade (30 ans), remboursable au-delà du 30 juin 2019. Cette avance est reprise chaque année suivant les termes du contrat de location simple.

Comme chaque année au cours du premier semestre, les créances clients nettes augmentent fortement en raison de la saisonnalité des activités.

Autres actifs financiers

La position au bilan est la suivante :

	30/06/2018	31/12/2017
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	0,6	0,6
Dépôts de garantie	3,4	3,0
Autres actifs financiers	7,1	1,8
AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS	11,1	5,4
Autres actifs financiers	0,0	0,2
AUTRES ACTIFS FINANCIERS COURANTS	0,0	0,2

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 20,6 M€ au 30 juin 2018 contre 54,3 M€ au 31 décembre 2017.

Les comptes et dépôts à terme et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évalués à leur juste valeur (juste valeur par résultat). Les FCP et SICAV monétaires ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 30 juin 2018.

En application de la politique de placement décrite en note 19.3 de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2017, la quasi-intégralité des sommes est placée en FCP de trésorerie, comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité « investment grade ».

20.2 Passifs financiers

Les différentes catégories de passifs financiers aux 31 décembre 2017 et 30 juin 2018 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2017		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	52,0	52,0	-	52,0	-
Autres passifs financiers non courants	43,2	43,2	33,0	10,2	-
Autres dettes non courantes	2,8	2,8	-	2,8	-
Dettes financières courantes	36,3	36,3	-	36,3	-
Instruments financiers dérivés	0,1	0,1	-	-	0,1
Autres passifs financiers courants	15,0	15,0		15,0	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	389,3	389,3	-	389,3	-
Autres dettes d'exploitation	29,0	29,0	-	29,0	-
Dettes fiscales et sociales	120,5	120,5	-	120,5	-
Dettes sur immobilisations courantes	37,9	37,9	-	37,9	-
PASSIFS	726,1	726,1	33,0	693,0	0,1

	30/06/2018		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	51,0	51,0	-	51,0	-
Autres passifs financiers non courants	27,5	27,5	18,2	9,3	-
Autres dettes non courantes	2,3	2,3	-	2,3	-
					-
Dettes financières courantes	95,9	95,9	-	95,9	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-
Autres passifs financiers courants	24,3	24,3		24,3	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	386,0	386,0	-	386,0	-
Autres dettes d'exploitation	22,9	22,9	-	22,9	-
Dettes fiscales et sociales	108,6	108,6	-	108,6	-
Dettes sur immobilisations courantes	39,0	39,0	-	39,0	-
PASSIFS	757,6	757,6	-	739,4	-

Dettes financières

Les positions d'endettement sont les suivantes :

	30/06/2018	31/12/2017
Dettes bancaires	49,7	50,6
Crédit bail	-	-
Autres	1,3	1,4
TOTAL DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	51,0	52,0
Dettes bancaires et lignes de crédits	95,9	36,3
Crédit bail	-	-
TOTAL DETTES FINANCIÈRES COURANTES	95,9	36,3

- Le 28 juillet 2017, afin de financer l'acquisition du pôle Radio Français, le Groupe a procédé à l'émission d'un emprunt obligataire de 50,0 M€. Cet emprunt obligataire porte intérêt au taux annuel de 1,5 % pour un remboursement in fine à échéance 7 ans (1^{er} août 2024).
- Par ailleurs, trois lignes de crédits bancaires renouvelables à moyen terme (5 ans), pour un montant total de 120,0 M€, ont été mises en place afin de se prémunir du risque de liquidité tel que décrit en note 19.2 de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2017. Les conditions de tirage des lignes de crédit du Groupe sont encadrées principalement par une clause de changement de contrôle.
Au 30 juin 2018, ces lignes sont tirées à hauteur de 50,0 M€ et ont été utilisées au maximum pour 65,0 M€ au cours du semestre.
- Enfin, le Groupe a également mis en place une ligne de crédit auprès de son actionnaire principal (Bayard d'Antin) pour un tirage maximal de 50,0 M€. Au 30 juin 2018, cette ligne est tirée à hauteur de 45,0 M€.

Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers courants de 24,3 M€ incluent :

- les dettes relatives aux acquisitions et aux compléments de prix estimés sur les acquisitions de Life TV et de Mandarin Cinéma ;
- la dette relative à la promesse d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires de la société iGraal ;
- la dette relative au contrat d'achat à terme de 400 000 actions propres, avec comme échéance le 26 juillet 2018.

Les autres passifs financiers non courants de 27,5 M€ incluent :

- la dette relative à la promesse d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires de la société Best of TV ;
- la dette relative aux contrats d'achat à terme de 300 000 et 220 000 actions propres, avec comme échéances respectives les 25 juillet 2019 et 31 mars 2020.

Ces dettes financières sont évaluées à la juste valeur par résultat (niveau 3 dans la hiérarchie de détermination de la juste valeur selon IFRS 7).

20.3 Ventilation des actifs et passifs financiers dans la hiérarchie de juste valeur

Les informations à fournir requises par la norme IFRS 7 sont classées selon une hiérarchie de la juste valeur qui reflète l'importance des données utilisées pour faire les évaluations. Cette hiérarchie de la juste valeur est la suivante :

- Niveau 1 : des cours/prix cotés (non ajustés) issus de marchés actifs pour des actifs ou passifs identiques ;
- Niveau 2 : des données autres que les cours/prix cotés de niveau 1, qui sont observables pour l'actif ou le passif, soit directement (par exemple, des prix), soit indirectement (par exemple, des éléments dérivant de prix) ;
- Niveau 3 : des données sur l'actif ou le passif qui ne sont pas fondées sur des données de marché observables (informations non observables).

		Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
		Cours cotés	Données observables	Données non observables
31/12/2017				
Instruments de capitaux propres		-	-	13,9
Autres actifs financiers non courants		-	1,8	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :				
FCP, SICAV		-	-	-
Dépôts à terme		-	34,0	-
ACTIFS		-	35,8	13,9
Autres passifs financiers non courants		-	-	33,0
Instruments financiers dérivés		-	0,1	-
PASSIFS		-	0,1	33,0

		Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
		Cours cotés	Données observables	Données non observables
30/06/2018				
Instruments de capitaux propres		-	-	6,2
Autres actifs financiers non courants		-	7,1	-
Instruments financiers dérivés		-	0,2	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :				
FCP, SICAV		-	-	-
Dépôts à terme		-	14,3	-
ACTIFS		-	21,6	6,2
Autres passifs financiers non courants		-	-	18,2
Autres passifs financiers courants		-	-	15,0
PASSIFS		-	-	33,2

21. Actions composant le capital de Métropole Télévision

(en milliers)	Actions ordinaires émises	Titres autodétenteurs	Actions en circulation
NOMBRE D' ACTIONS AU 1^{ER} JANVIER 2017	126 414	418	125 996
Exercice des options d'achat et de souscription d'actions			
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		(6)	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		7	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	
NOMBRE D' ACTIONS AU 31 DÉCEMBRE 2017	126 414	419	125 994
Exercice des options d'achat et de souscription d'actions			
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		-	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		61	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	
NOMBRE D' ACTIONS AU 30 JUIN 2018	126 414	481	125 933

Les actions composant le capital de Métropole Télévision sont toutes des actions ordinaires avec un droit de vote simple. Elles sont entièrement libérées.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2018 (cf. note 9).

La livraison de ces actions gratuites n'aura toutefois pas d'impact sur le capital de Métropole Télévision puisqu'elle sera couverte par les contrats d'achat à terme d'actions propres portant sur 920 000 titres (cf. note 20.2) et par les actions propres détenues dans le cadre du contrat de liquidité.

22. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le premier semestre 2018 :

	Provision pour retraite	Provisions pour restructuration	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1^{er} janvier 2018	42,3	2,6	21,2	32,7	21,2	120,0
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-	-	-	-
Dotation de la période	1,6	-	2,5	6,0	4,2	14,4
Utilisation	(1,6)	(0,8)	(5,1)	(11,5)	(3,0)	(21,9)
Reprise non utilisée	-	(0,5)	(1,8)	(0,0)	(0,6)	(2,9)
Autres variations	(0,2)	-	(0,4)	-	0,3	(0,2)
Au 30 juin 2018	42,2	1,3	16,4	27,2	22,1	109,2
Courant au 1 ^{er} janvier 2018	-	2,6	21,2	32,7	21,2	77,6
Non courant au 1 ^{er} janvier 2018	42,3	-	-	-	-	42,3
TOTAL	42,3	2,6	21,2	32,7	21,2	120,0
Courant au 30 juin 2018	-	1,3	16,4	27,2	22,1	67,0
Non courant au 30 juin 2018	42,2	-	-	-	-	42,2
TOTAL	42,2	1,3	16,4	27,2	22,1	109,2

Aux 30 juin 2018 et 31 décembre 2017, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2018	31/12/2017
Télévision	60,8	62,3
Radio	27,8	32,5
Production et Droits Audiovisuels	4,1	2,2
Diversifications	16,5	22,8
Autres	0,1	0,1
TOTAL	109,2	120,0

- Les provisions pour retraites correspondent aux engagements pris au titre des indemnités de départ en retraite qui ne sont pas couverts par un contrat d'assurance ou des actifs dédiés.

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

En %	30/06/2018	31/12/2017
Taux d'actualisation	1,50	1,50
Augmentations de salaires futures *	3,04	3,04
Taux d'inflation	2,00	2,00

* médiane établie en fonction de l'âge et du statut

Le taux d'actualisation est déterminé à la date de clôture à partir des taux de marché pour des obligations d'entreprises privées de première catégorie en référence à la notation AA, et en fonction de la duration et des caractéristiques du régime.

Les valeurs actualisées de l'obligation ont évolué de la façon suivante :

	30/06/2018	31/12/2017
Obligation à l'ouverture	42,3	13,4
Coût du service courant, réductions/cessations	1,3	2,2
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,3	0,3
Réductions	(0,4)	(0,3)
Prestations versées	(1,1)	(3,2)
Modification de régime	-	0,1
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse financière	-	2,0
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse démographique	-	0,6
Écarts actuariels - Effet d'expérience	-	(0,1)
Variation de périmètre	-	27,3
Obligation des actifs détenus en vue de la vente	(0,2)	
OBLIGATION À LA CLÔTURE	42,2	42,3

- Les litiges inclus dans le poste « provisions pour litiges » se rapportent à l'ensemble des procédures judiciaires engagées contre une ou des sociétés du Groupe et pour lesquelles une issue défavorable pour le Groupe est probable. Dans une très grande majorité des cas, le litige a dépassé le stade du précontentieux et est en cours d'examen, de jugement ou d'appel par les tribunaux compétents (commerce, prud'hommes, instance, correctionnel ou cassation).

Les informations complémentaires relatives aux litiges en cours ne sont pas présentées individuellement dans la mesure où la communication de ces éléments pourrait être préjudiciable au Groupe.

- Les provisions sur droits hors bilan se rapportent à une perte de valeur de droits de diffusion que le Groupe s'est engagé à acquérir mais qui ne figurent pas encore en stocks au bilan.

En effet, la charge résultant de la probabilité de non-diffusion, dans la case de la grille initialement prévue, d'un droit non ouvert (et donc classé en engagement hors bilan), ne pouvant être constatée à travers la dépréciation d'un actif au bilan, est donc reconnue par le biais d'une provision pour risques et charges.

Cette dépréciation d'un droit non ouvert s'inscrit dans la logique de fonctionnement du marché des droits audiovisuels puisque les chaînes de télévision sont généralement engagées dans des accords d'approvisionnement avec des producteurs sur des productions futures sans qu'elles aient la certitude que l'ensemble de ces dernières soient de qualité homogène et diffusable au regard de leurs lignes éditoriales et de leurs cibles d'audience.

Les chaînes peuvent également être engagées à diffuser un programme de flux ou un événement dont le potentiel d'audience et d'image ne porte pas les recettes publicitaires à un niveau permettant de couvrir le coût complet du programme.

La perte de valeur du droit peut recouvrir :

- le cas d'une diffusion improbable : le programme ne pourra être diffusé faute de potentiel d'audience ;
- le cas d'une insuffisance de recettes nettes dans la fenêtre de diffusion du programme.

Dans tous les cas, les dépréciations sont appréciées dans le cadre d'une revue de portefeuille, titre par titre, au regard des objectifs d'audience et de recettes attachés à chaque programme, définis par les directions des programmes des chaînes du Groupe.

- Les « autres provisions pour charges » se rapportent à des coûts que le Groupe devrait supporter dans le cadre de l'exécution d'un contrat ou de ses obligations réglementaires et fiscales sans qu'à ce stade les sommes dues ne soient exigibles ou n'aient été exigées, notamment dans le cadre d'une procédure contentieuse ou judiciaire.

- Les montants reportés pour ces trois dernières natures de provisions correspondent à la meilleure estimation possible de la sortie de ressources futures pour le Groupe compte tenu des réclamations des plaignants, des jugements déjà prononcés le cas échéant ou de l'appréciation de la direction au regard d'expériences similaires et/ou des calculs réalisés par la direction financière.

Le Groupe considère que les échéances de décaissements liées à ces provisions s'inscrivent dans le cadre du cycle normal de l'exploitation du Groupe, ce qui justifie la classification de ces provisions en provisions courantes.

23. Actifs / passifs éventuels

Achats de droits et engagements de coproductions (nets)

Ces engagements se rapportent principalement :

- aux engagements d'achats sur des droits non encore produits ou achevés ;
- aux engagements contractuels sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation, déduction faite des acomptes versés.

Ils sont exprimés nets des avances et acomptes versés à ce titre pour les droits correspondants non encore enregistrés en stocks.

Transport d'images, de signaux, location satellite et transpondeurs

Ces engagements sont relatifs à la fourniture de services de diffusion et à la location de capacité satellitaire et de transpondeurs auprès de sociétés privées pour la diffusion numérique.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance.

Baux non résiliables

Il s'agit des paiements futurs minimaux pour des contrats de location simple non résiliables et en cours à la clôture de l'exercice. Ils se rapportent pour l'essentiel à des locations immobilières (dont la location du stade de Bordeaux).

Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif

Dans la mesure où les associés d'une société en nom collectif répondent indéfiniment et solidairement des dettes portées par la société, le Groupe présente en engagements hors bilan donnés le total du passif des sociétés en nom collectif qu'il détient, retraité des comptes de régularisation ainsi que des comptes courants d'associés, et en engagements hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

Ventes de droits

Ces engagements recouvrent les contrats de ventes de droits de diffusion non encore disponibles au 30 juin 2018.

Contrats de diffusion

Ces engagements concernent les contrats de diffusion des chaînes du Groupe auprès des principaux partenaires distributeurs, Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Groupe Canal+ et Orange.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance certaine ou probable.

Les actifs immobilisés du Groupe ne sont assortis d'aucun nantissement ou hypothèque.

Les engagements hors bilan s'analysent comme suit :

	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans	Total 30/06/2018	Total 31/12/2017	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés						
Achats de droits audiovisuels et radio et engagements de coproductions (bruts) ⁽¹⁾	239,0	268,2	117,6	624,8	593,9	Contrats signés
Avances versées au titre des achats de droits et engagements de coproductions	(16,7)	(8,1)	(45,9)	(70,7)	(68,0)	
<i>Achats de droits audiovisuels et radio et engagements de coproductions (nets)</i>	<i>222,3</i>	<i>260,1</i>	<i>71,7</i>	<i>554,1</i>	<i>525,9</i>	
Transport d'images, de signaux, location satellites et transpondeurs	25,2	60,3	-	85,5	96,0	Contrats signés
Baux non résiliables	12,0	46,7	122,0	180,7	184,6	Baux
Responsabilité sur passif		0,2	-	0,2	0,5	
Autres	7,9	16,3	-	24,2	26,7	
Engagements donnés dans les actifs détenus en vue de la vente	0,7	1,2	-	1,9	-	
TOTAL DES ENGAGEMENTS DONNÉS	268,1	384,8	193,7	846,6	833,7	
Engagements reçus						
Ventes de droits	17,9	7,3	-	25,2	30,5	Échéances annuelles
Contrats de diffusion	95,6	185,2	-	280,8	28,1	Contrats signés
Autres	4,9	0,1	0,2	5,2	4,1	
TOTAL DES ENGAGEMENTS REÇUS	118,4	192,7	0,2	311,3	62,7	

(1) Le montant des engagements donnés sur les droits de diffusion des chaînes s'élèvent à 448,0 M€ au 30 juin 2018.

Au 30 juin 2018, les engagements donnés par le groupe s'élèvent à 846,6 M€ contre 833,7 M€ au 31 décembre 2017. Cette augmentation des engagements donnés (+12,9 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- les engagements d'achats de droits et engagements de coproduction nets des avances versées ont augmenté de 28,2 M€ par rapport au 31 décembre 2017 ; cette hausse est principalement liée aux achats de droits sportifs ;
- les engagements en lien avec les contrats de transport et de diffusion des chaînes et des radios s'élèvent à 85,5 M€ en baisse de 10,5 M€ par rapport au 31 décembre 2017.

Au 30 juin 2018, les engagements reçus par le groupe s'élèvent à 311,3 M€ contre 62,7 M€ au 31 décembre 2017.

Cette forte augmentation des engagements reçus (+248,6 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- le renouvellement des contrats de distribution du Groupe avec ses principaux partenaires distributeurs, Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Groupe Canal+ et Orange avec une augmentation de 262,1 M€ ;
- la baisse de 9,4 M€ de l'engagement reçu d'Orange au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque « M6 Mobile » ;
- la baisse de 5,2 M€ des engagements de ventes de droits.

24. Parties liées

À l'exception de l'emprunt auprès des actionnaires décrit ci-après, les transactions avec les parties liées sont de même nature que celles décrites dans la note 24 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2017.

Emprunt auprès des actionnaires

Au 30 juin 2018, la somme de 45,0 M€ est empruntée auprès de Bayard d'Antin.

En effet, aux termes d'une convention cadre de trésorerie signée entre Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision, dont la première mise en œuvre date du 1^{er} décembre 2005, la société Métropole Télévision a la possibilité d'emprunter auprès de Bayard d'Antin, pour autant que le montant emprunté n'excède pas 48 % des montants empruntés auprès des établissements bancaires, pour des périodes allant de 1 semaine à 3 mois ; les conditions financières sont conformes aux conditions de marché. Par ailleurs le Groupe garde la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à la société Bayard d'Antin soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder 3 mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions du marché.

Le renouvellement de cette convention a été autorisé par le Conseil de Surveillance du 15 novembre 2017 pour 12 mois.

Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision (décrite en note 19.3 de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2017), le placement à Bayard d'Antin ne peut excéder un certain ratio des liquidités bancaires du Groupe Métropole Télévision.

25. Événements post clôture

Aucun événement n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2018, susceptible d'avoir une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité ou le patrimoine du Groupe.

7 - WORKFORCE

Breakdown of M6 Group workforce by type of contract

	30 June 2017	31 December 2017	30 June 2018
Permanent	1,724	2,215	2,176
Fixed-term contracts*	269	396	389
TOTAL WORKFORCE	1,993	2,611	2,565

* The 389 fixed-term contracts include the 110 F.C.G.B. sports contracts (players, coaches and technical staff)

At 30 June 2018, M6 Group's total workforce was 2,565 people, compared with 2,611 at 31 December 2017, including 2,176 on permanent contracts, compared with 2,215 at the end of December.

Breakdown of workforce by division

	30 June 2017	31 December 2017	30 June 2018
TV	920	916	925
Radio	0	585	564
Production & Audiovisual Rights	173	180	182
Diversification	900	930	894
TOTAL	1,993	2,611	2,565

The reduction in the number of permanent staff and staff on a fixed-term contract in the Radio division is mainly explained by the merging of positions in support functions, which has resulted in the removal of duplicate roles.

The decrease in the Diversification Division (36 fewer staff on permanent/fixed-term contracts) primarily stems from:

- the disposal of the Cubic website (6 fewer staff)
- the decline in business at HSS, resulting in measures to optimise and merge positions (14 fewer positions).

8 - ADDITIONAL INFORMATION

8.1 STATUTORY AUDITORS' REPORT (FRENCH VERSION ONLY)

PricewaterhouseCoopers Audit

63 rue de Villiers
92208 Neuilly-sur-Seine

ERNST & YOUNG et Autres

Tour First TSA 14444
92037 Paris-La Défense Cedex

Métropole Télévision S.A.

Head office: 89, avenue Charles de Gaulle - 92575 Neuilly-sur-Seine Cedex

Share capital: €50,565,699.20

Statutory Auditors' report on interim financial information

Period from 1 January to 30 June 2018

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés de la société Métropole Télévision, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2018, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés ont été établis sous la responsabilité de votre directoire. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenues dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés condensés avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 4 de l'annexe aux comptes consolidés condensés qui mentionne la première application des normes IFRS 15 « *Produits des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients* » et IFRS 9 « *Instruments financiers* ».

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 26 juillet 2018

Les Commissaires aux Comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

Pierre Marty

ERNST & YOUNG et Autres

Bruno Bizet

8.2 DECLARATION OF THE PERSON RESPONSIBLE

I hereby state that, to the best of my knowledge, the condensed consolidated financial statements for the half-year just ended have been prepared in accordance with the applicable accounting standards and provide a fair view of the assets, financial position and financial performance of the Company and all the companies included in the scope of consolidation. The half-year report featured on pages 4 to 27 presents a fair view of the main events that took place during the first six months of the financial year and their impact on the half-year financial statements, the main transactions between related parties and the main risks and uncertainties for the remaining six months of the period.

Neuilly-sur-Seine, 24 July 2018

Nicolas de Tavernost

Chairman of the Executive Board

Design & Production: Pomelo-Paradigm
www.pomelo-paradigm.com/domus

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

French public limited company (Société Anonyme) with an Executive Board and a Supervisory Board
with share capital of €50,565,699.20

89, Avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine, France

Tel: +33 1 41 92 66 66
Fax: +33 1 41 92 66 10
Website: www.groupem6.fr

339 012 452 RCS Nanterre
Siret: 339 012 452 00084
APE: 6020 A



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
T/ +33 1 41 92 66 66 F/ +33 1 41 92 66 10
WWW.GROUPEM6.FR