

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT
30TH JUNE, 2021
MÉTROPOLE TÉLÉVISION

**SURPRISING,
THRILLING, SHARING**



1	M6 GROUP PRESENTATION	5	4	HALF-YEAR FINANCIAL REPORT	31
1.1	Key figures	6	4.1	Consolidated statement of comprehensive income	32
1.2	Group structure	8	4.2	Consolidated statement of financial position	35
1.3	Data on the Group's main markets and operations	10	4.3	Consolidated cash flow statement	36
1.4	Other highlights and significant events in the 1 st half of 2021	18	4.4	Related parties	37
1.5	Risk factors and management	21	4.5	Post-balance sheet events	37
1.6	Workforce	22	5	2021 FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES	39
2	CORPORATE GOVERNANCE	24	5.1	Condensed consolidated financial statements for the six months to 30/06/2021	40
2.1	Supervisory Board	25	5.2	Notes to the condensed financial statements	46
2.2	Executive Board	26	6	ADDITIONAL INFORMATION	64
3	SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE	28	6.1	Statutory auditors' report	65
			6.2	Statement of person responsible	66



HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

Half-year ended 30 June 2021

Métropole Télévision

PROFILE

Established in 1987 around the M6 channel, M6 Group is a powerful multimedia group which focuses on three areas: television (13 channels including M6, the 2nd largest commercial channel in the French market), radio (3 stations including RTL, the leading private radio station in France) and digital (more than 30 online media services including mobile applications and IPTV services).

Leveraging its brands and content, M6 Group has gradually expanded its operations through targeted diversification activities (content production and acquisition, cinema, to marketing and the digital, music, shows, etc.) and innovative offerings such as 6play, its digital platform.

Mindful of developing synergies between its brands, and of responding to the expectations of its various audiences while always keeping an eye on the future, it has emerged as a content publisher firmly anchored in the new technology era.



We hereby present the financial report for the half-year ended 30 June 2021, 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.



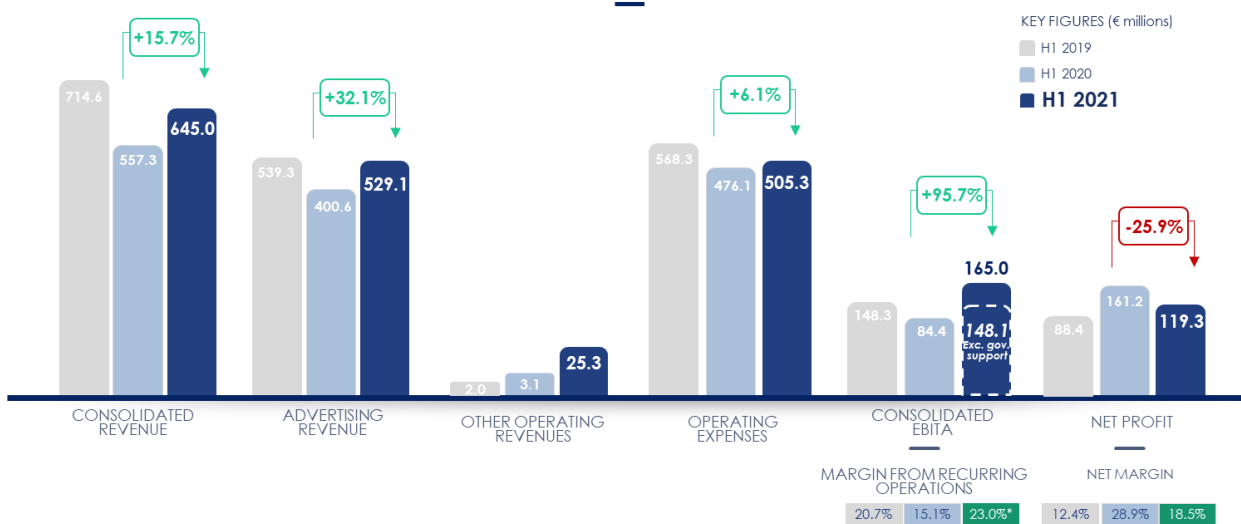
1

M6 GROUP PRESENTATION

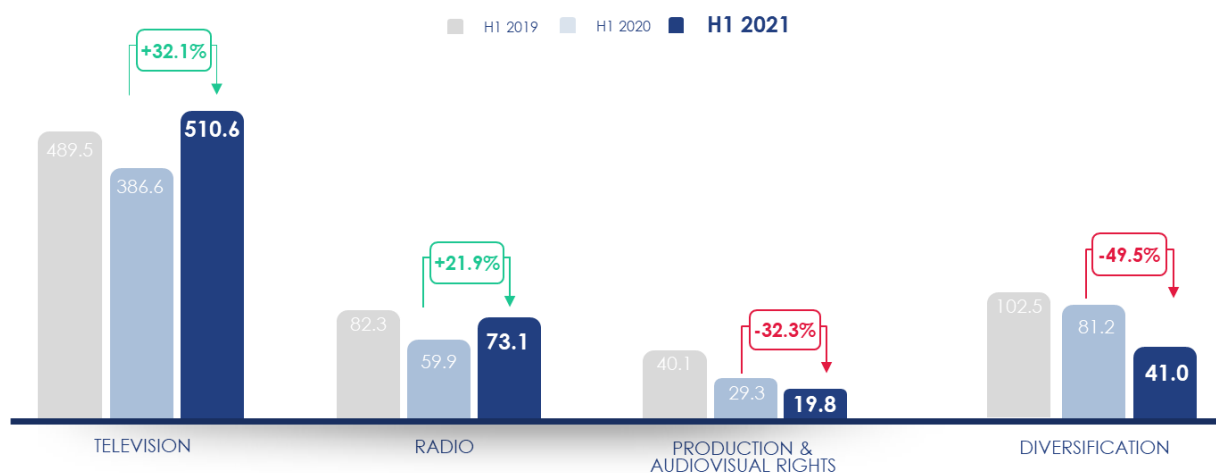
1.1	KEY FIGURES	6	1.5	RISK FACTORS AND MANAGEMENT	21
1.2	GROUP STRUCTURE	8	1.5.1	Risks and uncertainties regarding the first half of the year	21
1.3	DATA ON THE GROUP'S MAIN MARKETS AND GROUP OPERATIONS	10	1.5.2	Risks and uncertainties regarding the second half of the year	21
1.3.1	Television	10	1.6	WORKFORCE	22
1.3.2	Radio	14	1.6.1	Breakdown of M6 Group workforce by type of contract	22
1.3.3	Production and Audiovisual Rights	16	1.6.2	Breakdown of permanent workforce by division	22
1.3.4	Diversification	17			
1.4	OTHER HIGHLIGHTS AND SIGNIFICANT EVENTS IN THE 1ST HALF OF 2021	18			

1.1 KEY FIGURES

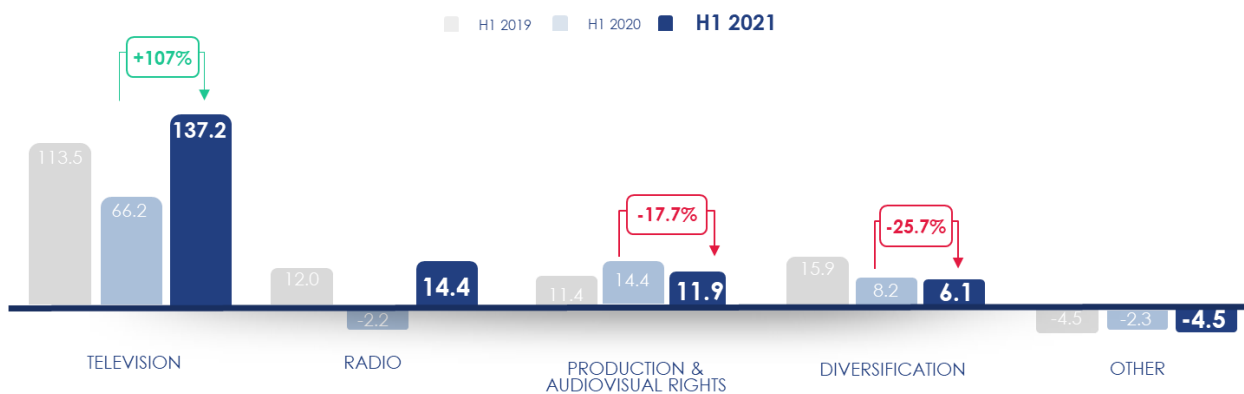
STRONG EARNINGS GROWTH



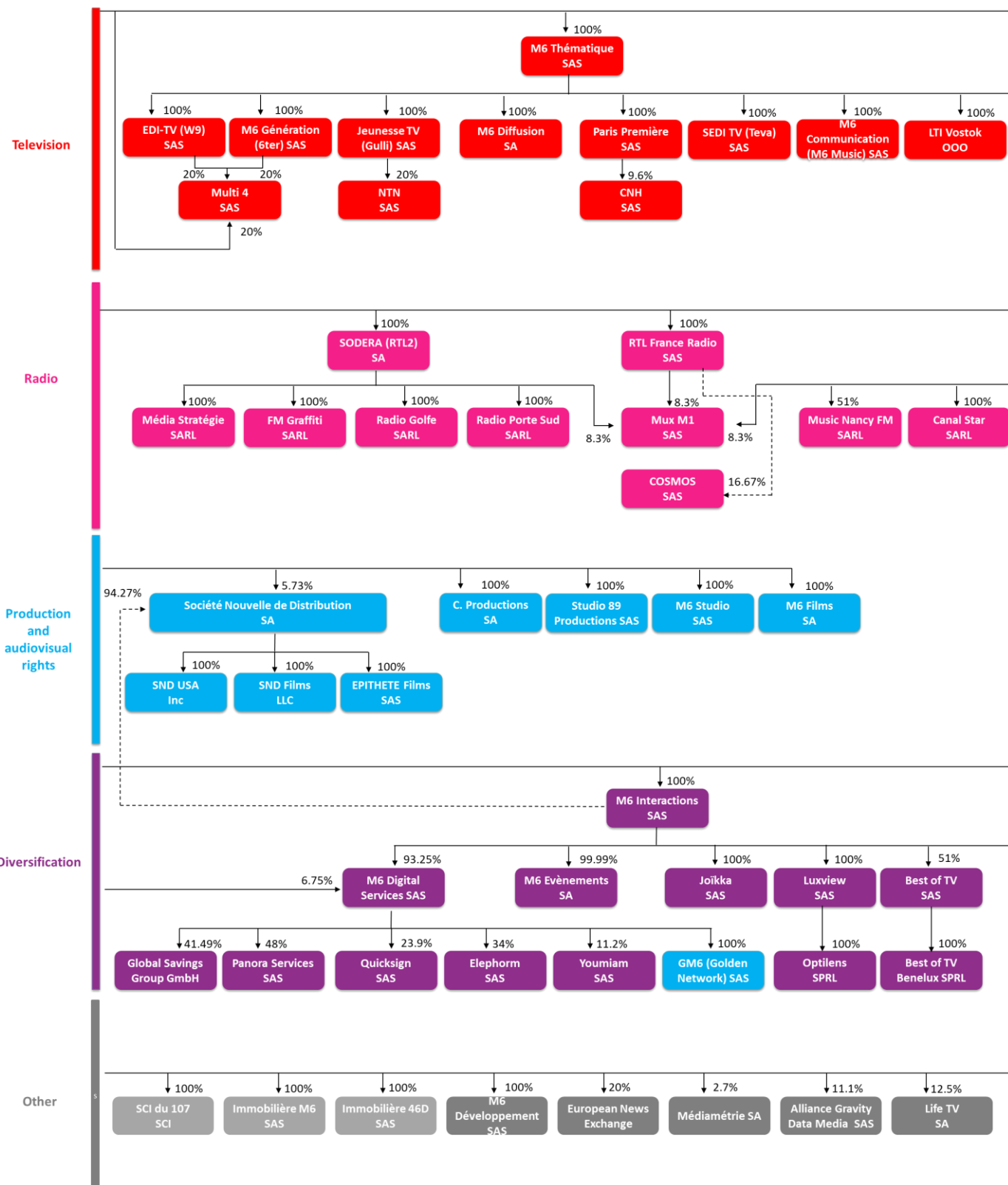
SALES GROWTH BY SEGMENT



EBITA GROWTH BY SEGMENT

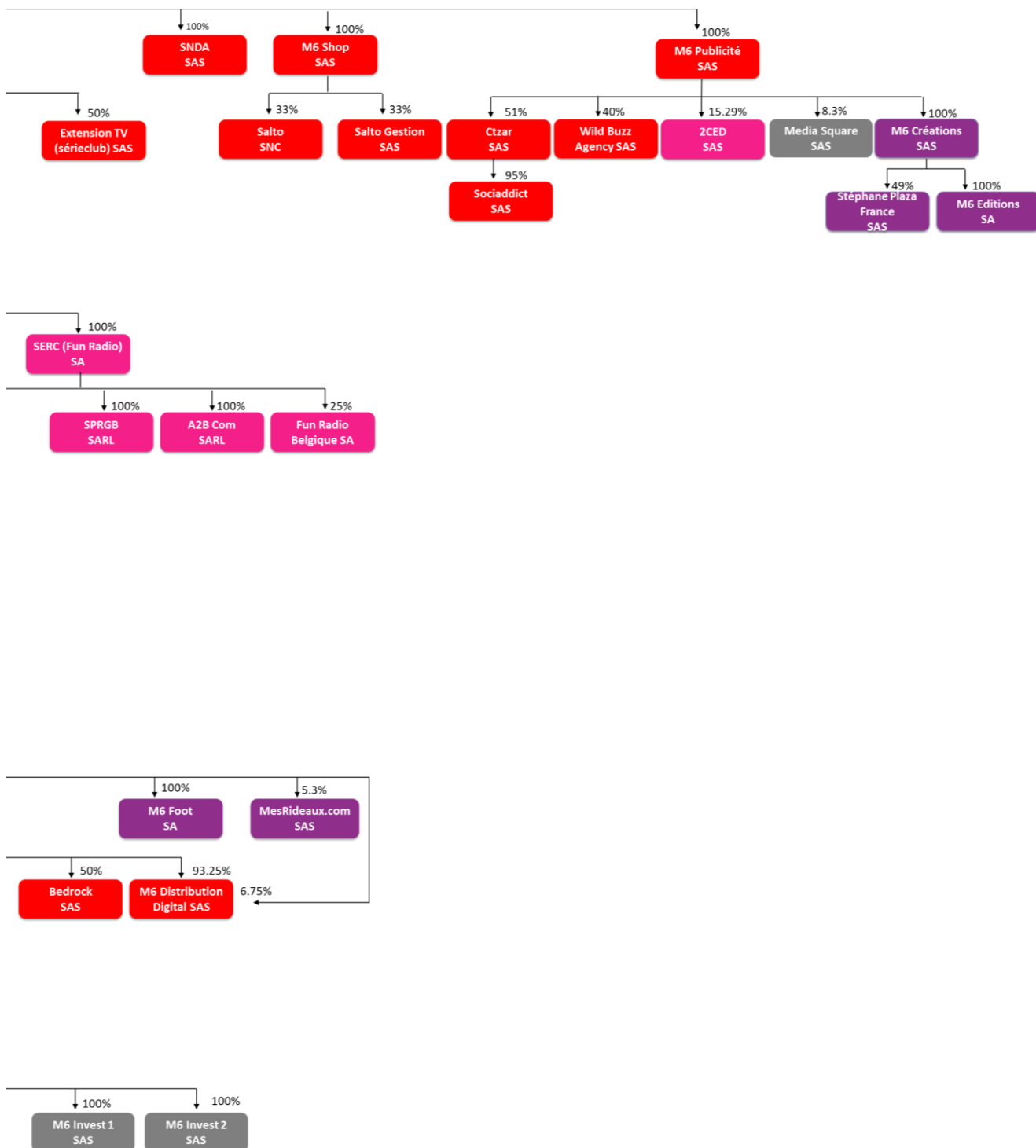


1.2 GROUP STRUCTURE



On 16 March 2021, M6 Group sold M6 Hosting to Cyllene Group, a French specialist in cloud computing and digital transformation.

In addition, the company Gigasud was merged into SERC on 2 February 2021 and Unité 15 Belgique was wound up on 31 March 2021.



1.3 DATA ON THE GROUP'S MAIN MARKETS AND OPERATIONS



1.3.1 Television

EQUIPMENT

At the end of the 4th quarter of 2020, 91.7% of French households had a television set¹. It remains the most popular screen in households, ahead of desktops (owned by 85.8% of households), smartphone (77.4% of over 11s) and tablets (47.6% of households). The average number of screens was 5.6 per household.

Furthermore, of the households with a television, 60.5% receive DTT via IPTV (broadband / fibre-optic), a figure that rose 2.1 percentage points year-on-year, enabling this reception mode to confirm its position as leader, and 47.4% of households receive television via traditional aerial. It should however be noted that the DTT platform still represents the sole means of reception for more than one in five households with a television. Lastly, the results for the 4th quarter of 2020 highlighted the fact that 81% of households have televisions that are connected to the Internet (up 2 pp year-on-year), mainly via the TV decoders of Internet Service Providers, for which catch-up TV is the dominant connected use.

INDIVIDUAL VIEWING TIME

Over the first half of 2021, Individual Television Viewing Time remained at a high level, standing at 3 hours 46 minutes, a year-on-year fall of 10 minutes following an all-time high during the first lockdown but an increase of 16 minutes in relation to the first half of 2019. TV viewing also continues to be on an upward trend on the leading commercial target (WRP<50), with an average individual viewing time that has risen 4 minutes in two years, to 3 hours 13 minutes.

¹ Source: CSA – Monitoring household audiovisual equipment – second half of 2020

AUDIENCE RATINGS¹

TV market

In the first half of 2021, the traditional channels gained market share, with 60.3% audience share (4+ year-olds) compared with 58.7% in the first half of 2020.

Free-to-air DTT channels achieved a 30.6% audience share over the first six months of 2021 compared with 31.2% over the first half of 2020, representing a lower market share year-on-year, as was the case for the channels in the Pay TV environment (9.1% vs. 10.1% in the 1st half of 2020).

4+ national audience share:

(%)	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016
M6	9.4%	8.9%	8.8%	9.1%	9.5%	10.1%
TF1	19.9%	19.1%	19.4%	20.1%	19.9%	20.8%
France 2	14.4%	14.1%	13.6%	13.2%	12.6%	13.5%
France 3	9.1%	9.1%	9.1%	9.5%	8.7%	8.9%
Canal+	1.2%	1.3%	1.3%	1.3%	1.1%	2.1%
France 5	3.3%	3.6%	3.7%	3.6%	3.7%	3.4%
Arte	2.9%	2.8%	2.5%	2.4%	2.1%	2.3%
TOTAL Traditional channels audience share	60.3%	58.7%	58.4%	59.1%	57.6%	61.2%
W9	2.5%	2.7%	2.6%	2.7%	2.7%	2.4%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share *	21.1%	21.6%	21.6%	21.3%	23.5%	21.5%
6ter	1.6%	1.7%	1.8%	1.6%	1.6%	1.3%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share	9.5%	9.6%	9.7%	9.2%	8.9%	7.2%
TOTAL Cable and satellite channels audience share	9.1%	10.1%	10.3%	10.4%	10.0%	10.1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* including Franceinfo and LCI since 2017

The traditional channels significantly strengthened their position on the commercial target, gaining 2.4 pp in audience share. This trend was to the detriment of both the free-to-air DTT and the Pay TV channels which lost 0.6 pp and 1.0 pp in audience shares respectively.

WRP<50 national audience share:

(%)	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016
M6	15.1%	14.1%	14.3%	14.6%	15.2%	15.8%
TF1	22.5%	21.5%	22.0%	22.3%	21.9%	22.5%
France 2	9.4%	8.5%	8.4%	8.4%	8.1%	8.6%
France 3	3.5%	3.4%	3.5%	4.2%	3.5%	3.7%
Canal+	1.0%	1.3%	1.1%	1.0%	0.8%	1.9%
France 5	1.4%	1.8%	1.9%	2.1%	2.1%	2.0%
Arte	1.1%	1.2%	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%
TOTAL Traditional channels audience share	54.0%	51.6%	52.2%	53.6%	52.4%	55.4%
W9	3.9%	3.9%	4.0%	3.9%	4.1%	3.7%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share *	25.6%	25.7%	26.0%	25.6%	28.2%	26.4%
6ter	2.5%	2.8%	2.8%	2.6%	2.5%	2.2%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share	9.9%	10.7%	10.3%	9.6%	9.1%	8.1%
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.5%	12.0%	11.5%	11.2%	10.3%	10.1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* including Franceinfo and LCI since 2017

Audience performance of Group channels

M6 Group has never been so powerful. In the 1st half of 2021, M6 Group's four free-to-air channels achieved a 14.7% audience share across all viewers, up 0.2 pp, and 23.1% amongst women under 50 responsible for purchasing, an increase of 0.6 pp. These are record half-year levels for the Group, illustrating the relevance of its editorial strategy based on meaningful family friendly programmes that bring people together throughout the day. The successful launch of new shows across all segments and its ability to reinvent its flagship brands allow it to grow stronger in its core business.

M6

The M6 channel became the third most popular channel with the viewing public as a whole, with a 9.4% audience share (up 0.5 pp), and retained second place on the commercial target, with an audience share of 15.1% (up 1.0 pp).

M6 benefited from its good performances in the strategic timeslots on the schedule.

In access primetime (5.30-9.00pm), its audience share with WRP<50 grew 1.1 pp to 17.3%. *Incroyables transformations*, produced in-house by Studio 89, performed well with WRP<50 in the 5.30pm slot, with a 16% audience share. In the consecutive slot, *La meilleure boulangerie de France* recorded its best ever season in terms of audience figures, with an

¹ Source: Médiamétrie (unless otherwise specified)

average of 2.3 million viewers each evening (16% WRP<50). With an audience share of 22% on the commercial target, *Le 19 45* posted its best performance in 7 years. Lastly, *Scènes de ménages* consolidated its position as the most popular daily drama with audiences as a whole and WRP<50 (4.1 million viewers / 20% audience share amongst WRP<50).

In primetime, M6 posted its best H1 in nine years on the commercial target, with an audience share that grew significantly (up 2.2 pp) to 18.9%. The channel successfully strengthened its leading entertainment brands, such as *Top Chef* (best ever season amongst WRP<50 with a 31% audience share), *Mariés au premier regard* (best ever season amongst WRP<50 with a 27% audience share) and *Pékin Express* (2nd best season amongst WRP<50 with a 27% audience share).

The M6 channel also innovated successfully across all sectors, notably with *Lego Masters* (30% WRP<50), the one-off French drama *Apprendre à t'aimer* (33% WRP<50), the international series *Chernobyl* (32% WRP<50) and the new live programme *Appel à témoins* (25% under 50s).

Lastly, M6, joint official free-to-air broadcaster of Euro 2020, showed 8 of the tournament's matches in June. The most popular games included France v Germany and Belgium v Portugal which pulled in 15.2 million and 7.8 million viewers respectively.

W9

Over the first half of 2021, W9 was ranked as the second most popular DTT channel amongst WRP<50 throughout the entire day (3.9% audience share, stable year-on-year).

The channel provides the most powerful reality TV range on television, attracting a wide and young access prime time audience every evening. Produced in-house, *Les Princes et les Princesses de l'Amour* achieved their best ever season in terms of audience figures (0.8 million viewers) and on the commercial target (7.5% audience share). With *Les Marseillais à Dubaï*, W9's flagship brand *Les Marseillais* recorded the best ever season amongst WRP<50 for a reality TV series on the channel, with an audience share of 9.2%. The first half-year was also marked by the success of the new brand, *Objectif reste du monde*, whose audience share reached an average of 8.7% on the commercial target.

As strong as ever in its range of magazine programmes (*Enquête d'action*, *Enquête criminelle*, *Les routes les plus dangereuses du monde*, etc.), W9 also had many successes with its drama output. The French creation *Escape*, produced internally, drew 1.5 million viewers, with an audience share of 12.8% on the commercial target. The feature films broadcast in primetime achieved an average of 1.0 million viewers, peaking at 2.0 million for *London Has Fallen*.

Lastly, W9 established itself as the leader for sport on DTT. The official broadcaster of the French women's football team, the channel notably showed France v Germany and

France v United States (both 0.9 million viewers) during the first half of 2021.

6TER

With its varied range of programmes for the whole family, 6ter consolidated its position as the most popular new DTT channel on the commercial target. Its audience share was 2.5% (down 0.3 pp) over the first half of 2021.

6ter's success is particularly the result of its strong evening drama line-up. On Mondays, *Kamelott* achieved an average audience share of 3.1% amongst WRP<50. Films were also successful, with for example the *National Treasure* (0.9 million viewers on average), *Ice Age* (0.8 million), *Mission: Impossible* (0.7 million) and *Pirates of the Caribbean* (0.7 million) franchises.

The channel also stood out with the success of its productions and magazines. *Les Reines de la route* recorded a good first season, with 0.5 million viewers and a 2.9% audience share amongst WRP<50 on average for new episodes. *Vive le camping* posted its best ever season with WRP<50 (2.3% audience share) and *Vous avez un colis* posted an audience share of up to 4.5% on the commercial target.

GULLI

Gulli, the leading children's channel for 4-10 year olds, posted growth amongst its target audience with its share standing at 13.2% over the first half of 2021, a significant year-on-year increase of 1.5 pp.

On weekdays, the channel recorded improving performances amongst 4-10 year olds at all the important times of the day, with the best animation on offer. Its audience share increased by 11% before school (6.30-9.00am), 18% at lunchtime (12.00-1.30pm) and 11% after school (4.30-7.00pm).

Gulli was also the leader nationwide with children on non-school mornings (from 9.00am to noon on Wednesday, Saturday and Sunday), with the Gulli Good cartoon marathon (22.8% audience share amongst 4-10 year olds).

Lastly, Gulli was the third most popular national channel with 4-10 year olds in primetime, thanks in particular to the great popularity of animated films *Cloudy with a Chance of Meatballs 2* (25.9% audience share amongst 4-10 year olds), *Smurfs: The Lost Village* (29.0% 4-10 year olds) and *Shrek Forever After* (22% 4-10 year olds).

Cab-sat channels

Over the 1st half-year 2021, M6 Group's pay channels consolidated their position amongst the leading channels in the pay-TV environment¹.

- With an average 12.2 million viewers of each month, Paris Première was the most watched pay channel. It posted a record performance, with an average audience share of 0.7% across the entire viewing public. It was also the leading pay-TV channel amongst upper socio-economic professionals with an audience share of 0.7%.

¹ Médiamétrie Médiamat Thématik, 4 January to 20 June 2021

- The third most watched pay-TV channel with 8.1 million viewers each month, Téva was also the joint leader amongst women under 50 responsible for household women with an audience share of 0.7%.
- SérieClub, the channel for “event” series, has monthly coverage of 4.4 million viewers.
- Canal J, the channel devoted to 7-12 year olds, and Tiji, the channel for 3-7 year olds, each attract 2 million viewers per month.
- M6 Music, the channel that features 100% hits, MCM, the gold standard in Pop Culture and RFM TV, the channel that offers the best in music, attract 2.4 million, 2.5 million and 2.4 million viewers respectively.

6PLAY

The Group continued to strengthen its digital presence during the first six months of 2021 to adapt to new television viewing patterns.

By continuing its development in AVOD in particular, with a range of exclusive programmes, 6play significantly increased its appeal over the first six months of 2021. The platform recorded 20 million active users, compared with 17.2 million over the first half of 2020.

Following an unprecedented year due to the Covid-19 pandemic, the number of videos viewed stood at 645 million, a year-on-year fall of 10%. 6play nevertheless managed to maintain the high level of content consumption, with 280 million hours viewed over the first half of 2021 (stable year-on-year).

TV ADVERTISING MARKET

Impacted at the start of the year by the ongoing pandemic, the TV advertising market picked up over the second quarter, due in part to a favourable base effect, but primarily due to the economic recovery.

Within this context, which also benefited from the broadcast of Euro 2020 on the free-to-air channels M6 and TF1, gross “television” advertising investments (before rebates and discounts) grew 33.5% over the first half, reaching €6.7 billion.

Over the half-year, most advertising sectors saw their advertising investments rise. Out of the main sectors, Food, Retail and Telecommunications rebounded strongly, while Health & Beauty, Car & Transport and Tourism & Eating Out all continued to be impacted by the effects of the Covid restrictions on their activities.

According to the latest data published in relation to the first three months of the year, the French TV advertising market increased slightly year-on-year by 0.9%¹, and it should post very strong growth over the second quarter².

ADVERTISING PERFORMANCE OF GROUP CHANNELS

Stable in the first quarter (up 0.5% vs. Q1 2020), the Group's TV advertising revenues rose 84.1% in relation to Q2 2020, outperforming the market and significantly exceeding the levels achieved in the second quarter of 2019 (by 7.5%).

Over the first six months as a whole, the TV division's advertising performance grew 34.0% year-on-year.

¹ Consolidated indicator for the advertising market, 1st quarter 2021, France Pub - IREP - Kantar

² M6 estimate

1.3.2 Radio

EQUIPMENT

As radio celebrates its 100th anniversary in 2021 within an environment marked by the pandemic, which is affecting listening habits, almost every individual (99%) owns at least one device that allows them to listen to the radio. Of the devices that are partially dedicated to radio, car radios are the most popular form of receiver.

AUDIENCE RATINGS

Radio market

13+ national audience share ¹:

	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016	H1 2015
EUROPE 1	4.3	4.3	4.2	5.3	6.1	7.0	7.5
FRANCE INTER (public radio)	13.0	13.0	12.1	11.0	11.2	10.7	9.3
RMC	5.7	6.0	6.2	6.7	6.8	6.1	6.6
RTL	12.3	13.4	12.1	12.9	12.5	12.5	11.8
FRANCE BLEU (public radio)	5.8	5.5	6.0	6.2	6.1	6.4	6.6
General-interest programmes	41.0	42.2	40.7	42.1	42.7	42.6	41.8
CHERIE	2.1	2.5	2.1	2.2	2.7	2.5	2.9
FUN RADIO	2.9	3.0	3.5	3.9	3.9	4.1*	4.1
MOUV (public radio)	0.4	0.5	0.3	0.4	0.3	0.2	0.1
M RADIO	0.7	0.6	0.8	0.9	0.6	0.6	0.6
NOSTALGIE	4.2	4.6	4.5	4.8	4.1	4.1	3.8
NRJ	6.3	5.6	6.2	5.8	6.2	7.1	7.3
RADIO NOVA	0.4	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5	0.6
RFM	2.7	3.0	3.1	3.0	2.9	3.2	3.4
RIRE ET CHANSONS	1.0	1.1	1.3	1.3	1.1	1.1	1.2
RTL2	3.0	2.8	2.9	3.0	2.5	2.7	2.7
SKYROCK	4.1	3.9	3.2	3.5	3.5	3.3	3.3
VIRGIN RADIO	1.8	1.9	2.3	2.6	2.7	2.9	2.3
Music programmes	29.5	29.9	30.8	31.7	31.0	32.1	32.2
FRANCE INFO (public radio)	4.4	3.6	3.9	3.6	4.0	3.4	3.1
FRANCE INTER (public radio)	1.6	1.6	1.3	1.3	1.1	1.3	1.1
FRANCE INTER (public radio)	2.4	2.3	2.2	1.7	1.7	1.4	1.4
RADIO CLASSIQUE	1.8	1.7	1.6	1.6	1.6	1.7	1.6
Other theme-based radio stations**	0.3	0.6	0.5	0.6	0.6	0.5	0.6
Theme-based programmes	10.5	9.8	9.5	8.8	9.0	8.3	7.8
Les Indés Radios cluster	11.5	11.3	11.7	11.0	11.1	10.8	11.7
FIP (public radio)	1.5	1.3	-	-	-	-	-
TSF JAZZ	0.3	0.3	0.5	-	-	-	-
Other local radio stations ***	2.1	1.9	3.4	3.3	3.0	3.1	3.3
Local programmes	15.4	14.8	15.6	14.3	14.1	13.9	15.0
Other programmes ****	3.6	3.3	3.4	3.1	3.2	3.1	3.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* 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

Audience performance of Group radio stations

Over the 1st half of 2021, the RTL Radio Division reaffirmed its status as France's leading private radio group with an audience share of 18.1% among listeners aged 13 and over, 4.5 percentage points ahead of its closest privately-owned rival.

- RTL, France's top private radio station, achieved an audience share of 12.3%. *Les Grosses Têtes*, the leading flagship afternoon show, is also the most popular podcast in France, with almost 13 million listens and downloads per month².
- RTL2, which recorded its best ever season, saw its audience share reach 3.0% over the first half (up 0.2 pp year-on-year). The station is also the leader in the Young Adult segment.

- Fun Radio achieved an audience share of 2.9% and *Bruno dans la radio* was ranked the second most popular breakfast show in France.

RADIO ADVERTISING MARKET AND PERFORMANCE OF GROUP STATIONS

As is the case for TV, the Radio advertising market bounced back over the first half of 2021, benefiting from a favourable comparison base and the upturn in economic activity, with the gradual lifting of Covid restrictions.

1 Source: Médiamétrie 126,000, Monday - Friday, 5am-12am

2 Source: Médiamétrie eStat Podcast (June 2021)

Against this backdrop, gross “radio” advertising investments (before rebates and discounts) increased by 21.9% over the first half-year, reaching €2.4 billion.

Over the half-year, most advertising sectors saw their advertising investments rise. Of the main sectors, Retail, Telecommunications and Services bounced back strongly, while

Car & Transport, Banking & Insurance and Leisure & Culture are recovering more slowly.

Over the first half of 2021, the advertising performance of the stations RTL, Fun Radio and RTL2 have benefited from the improved economic environment. Radio division revenue thus increased by 21.9% year on year.

1.3.3 Production and Audiovisual Rights

CINEMA PRODUCTION AND DISTRIBUTION

THE CINEMA MARKET IN 2021

The first half of 2021 was marked by the government closure of cinemas until 18 May 2021 (i.e. four and a half months), a decision taken as part of the fight against the Covid-19 pandemic. It should be noted that they remained closed between 15 March and 21 June in 2020 (i.e. for 3 months).

According to the latest available data, cinema attendance was down 69.3% over the first half of 2021, to 12.1 million admissions¹.

SND

SND is the flagship of M6 Group's audiovisual rights business, operating on all film distribution formats. SND's main activities are the acquisition, management and distribution of the licensing rights of audiovisual works (cinema, video, sale of rights to pay TV and free TV broadcasters and sale of rights internationally). SND also operates its own feature film production business and owns all the catalogue companies acquired by M6 Group.

Against a backdrop of cinemas being closed for longer than they were in the first half of 2020, the films distributed by SND only generated 0.5 million admissions² over the first six months of 2021, compared with 1.6 million the previous year.

SND was only able to release two films, *The Courier* and *Extinct*. Released on 23 October 2020 then subsequently committed to the media release timescale (VOD followed by Pay TV), *Poly* was made available to operators to be re-released in cinemas upon reopening.

The absence of any film releases during most of the half-year meant that no new films could be added to the VOD line-up. As such, VOD revenues fell in comparison with the first half of 2020, during which its consumption had been particularly high.

Viewed in great numbers in 2020 during the first lockdown, SND's film catalogue continued to be in great demand over the first six months of 2021, both in France and internationally.

M6 Films

Due to the closure of cinemas, no films financed by the film production subsidiary were released in cinemas during the first six months of 2021. Conversely, *30 jours max*, released on 14 October 2020, was re-released upon the reopening of cinemas on 19 May 2021.

TV PRODUCTION

C. PRODUCTIONS

Over the first half-year 2021, C Productions produced the M6 channel's news magazines such as *Capital*, *Zone Interdite*, *66 Minutes*, *Enquête Exclusive*, *Turbo*, *Ça peut vous arriver*, as well as other programmes such as *Enquêtes criminelles* for W9.

STUDIO 89

Studio 89 Productions, an in-house flow programme unit develops and produces numerous reality TV, drama, entertainment and magazine programmes for all the Group's channels.

Over the first half of 2021, Studio 89 produced, in particular:

- For M6: *Incroyables transformations* and *Mieux chez soi* for the channel's access primetime output, and *Top Chef*, *Mariés au premier regard*, *Et si on se rencontrait* and *Cauchemar en Cuisine* for primetime;
- For the Group's other channels: *Les Princes et les Princesses de l'amour*, *Un dîner presque parfait* (W9), *Norbert Commis d'Office* (6ter), *Piquantes* (Téva).

DIGITAL PRODUCTION

GOLDEN NETWORK

Golden Network is a new generation production studio for TV broadcasters and digital platforms.

Capable of creating powerful content tailored to their audiences, Golden Network is involved in the production of series, one-off dramas, entertainment programmes and documentaries for approximately 10 partner broadcasters.

Over the first half of 2021, Golden Network notably produced the drama *Escape* and the entertainment show *Les 100 vidéos qui ont fait rire le monde entier*.

¹ Source: CNC

² Source: CBO Box-Office

1.3.4 Diversification

BEST OF TV

Best of TV is a company (importer / wholesaler) that offers, for mass retail, various products including some that are exclusive to home shopping. They are accompanied in store by modern and attractive displays with a demo video.

The entity is 51%-owned by M6 Group.

Over the first half of 2021, Best of TV's activity was once again disrupted by the government closures of the various stores that stock its products, as part of the measures to tackle the Covid-19 pandemic. However, these restrictions have proved to be less damaging over the long-term than during the first lockdown in 2020. The company has also benefited from the development of its activity selling mattresses to a major home improvement and home furnishings retailer.

INTERNET

Digital advertising market

The French digital advertising market (search, social, display and other levers) achieved net revenues of €3,834 million¹ over the first half of 2021, an increase of 42% year-on-year.

Within this market, digital "display" advertising generated net revenue of €676 million, an increase of 43% in the 1st half of 2020.

M6 Digital Services

M6 Digital Services groups together M6 Group's theme based portals.

Over the first half of 2021, CuisineAZ.com consolidated its position as the 2nd largest platform in the Cookery sector, with 11.2 million unique visitors per month². For its part, PasseportSanté.net recorded 8.4 million unique visitors per month, making it the fourth most popular site in the Health & Wellbeing category. Turbo.fr achieved 4.4 million unique visitors per month and was ranked in second place in the Car sector.

Advertising revenues increased over the first half of 2021, within a market (traditional display) that grew over the period.

In addition, over the course of the first half of 2021, M6 Digital Services continued to develop Croq'Kilos, its subscription-based weight loss coaching offer. The number of subscribers increased by almost 70% year-on-year.

Lastly, over the course of the first half of 2021, M6 Digital Services sold its email hosting and routing activities.

M6 CRÉATIONS

M6 Créations is the subsidiary that markets Special Campaigns for the Group's sales house, based on the brand M6 Unlimited.

In this regard, it has been restructured around a customised offering in order to provide its customers with greater pooling between the Group's different media (TV, radio, digital).

Over the first half, M6 Créations' activity grew, in line with the improvement in the advertising trend.

MUSIC AND EVENTS

Recorded music market

After four years of growth, the recorded music market in France remained stable in 2020, at €781 million³. Digital distribution, which represents 61% of the market, grew by 18%. Conversely, physical sales (24% of the market) fell by 20%, impacted by the closure of stores and other locations open to the public during the pandemic.

M6 Interactions

Over the first half of 2021, M6 Interactions' activity was impacted by the restrictions implemented to tackle the Covid-19 pandemic.

Its music activity suffered from the closure of record sales points. The half-year was however marked by the release of the new Hoshi album, as a co-production. In addition, M6 Music Label was involved in the co-distribution of the new albums by Texas, Rag'N'Bone Man and Lilly Wood and The Prick.

Its shows activity suffered from the closure of theatres for more than five months (compared with three months in the first half of 2020).

1 Syndicat des Régies Internet, 26th edition of Observatoire de l'e-pub – July 2021

2 Source: Médiamétrie (May 2021)

3 SNEP - 2020 Recorded Music Market Review, March 2021

1.4 OTHER HIGHLIGHTS AND SIGNIFICANT EVENTS IN THE 1ST HALF OF 2021

PROPOSED MERGER OF M6 AND TF1 GROUPS

On 17 May 2021, the TF1, M6, Bouygues and RTL Groups announced the signing of agreements to enter into exclusive negotiations to merge the activities of TF1 and M6 and create a major French media group. The new group would be well positioned to master the challenges arising from the accelerating competition with global platforms, active on the French advertising market and in the production of quality audiovisual content.

A French media group ready to master the new challenges of the total video market

TF1 and M6 are active in a growing total video market where increasingly rich, original and exclusive content is driving long term audience growth.

This market, where linear TV remains a powerful media, is undergoing a structural transformation, with a strong shift towards on-demand consumption.

The combination of these two players, of the know-how of their employees and of their strong brands, would allow the new group to invest more and to step-up innovation. The proposed merger is critical to ensure the long-term independence of French content creation and to continue to offer diversified and premium local content to the benefit of all viewers.

Ambitious industrial project

The merged group would pursue an ambitious industrial project focused on five key priorities:

- Strengthen the supply of French quality content leveraging a portfolio of strong brands and ambitious investment levels.
- Continue to guarantee the independence, reliability and quality of information on television, radio and digital, while respecting pluralism and preserving each channel's identity.
- Further develop a production hub for local and international content across all media segments, with the ambition to grow international content sales.
- Accelerate the development of a French streaming champion combining a catch-up and live streaming offering (based on MyTF1and 6play) and an SVOD service.

- Develop cutting-edge technology in streaming (notably leveraging TF1's assets and the Bedrock platform, jointly owned with RTL Group) and in addressable TV advertising to meet the needs of viewers and customers.

Strong value creation potential for all shareholders

The merged company would have 2020 Pro Forma revenue of €3.4 billion and Current Operating Profit of €461 million. The shareholders of M6 and TF1 would benefit from significant value creation.

The synergies potential (EBITA run-rate impact) is estimated at €250 million to €350 million per year within three years from closing of the transaction.

The financial policy of the combined group would allow attractive shareholder remuneration and significant investments in content and technology. The combined group would aim to distribute 90% of its free cash flow in dividends.

Transaction terms

The transaction would be implemented based on an overall economic exchange ratio of 2.10 TF1 shares for each M6 share (after distribution of a special dividend of €1.50 per share for M6 shareholders and distribution of ordinary dividends of €1.00 per M6 share and €0.45 per TF1 share in 2022²):

- Carve-out of the activities of M6 non-related to the broadcasting authorisations of the M6 channel granted by the CSA within a new entity ("M6 Services - Plateforme Media Multicanal").
- Activities related to the broadcasting authorizations granted to the M6 channel would remain in the existing M6 legal entity, which would remain listed and be renamed "M6 Edition - La chaîne M6" and would benefit from service agreements with "M6 Services - Plateforme Media Multicanal".
- Distribution by M6 to its shareholders of:
 - Shares in "M6 Services - Plateforme Media Multicanal"
 - A special dividend of €1.50 per share
- Merger of "M6 Services - Plateforme Media Multicanal" into TF1 based on a merger parity reflecting the overall economic exchange ratio of 2.10, adjusted for the value of the share received in "M6 Edition - La chaîne M6" retained by M6 shareholders.
- Contribution by RTL Group of its 48.3% stake in "M6 Edition - La chaîne M6" to the merged entity, the remainder being owned by M6 current free float in line with French media

1 Corresponding to the sum of the current operating profits published by the 2 Groups

2 Dividends for 2021 financial year subject to approval of their Supervisory Boards, Boards of Directors and shareholder votes

regulation.

- Acquisition by Bouygues Group of 11% of the merged entity from RTL Group for a consideration of €641M (based on a price per M6 share of €26.30 after payment of ordinary and special dividends of €1.00 and €1.50 respectively).

M6 shareholders would hence receive for each of their existing shares:

1. An ordinary dividend of €1.00 per share
2. A special dividend of €1.50 per share
3. 1 share in “M6 Edition - La chaîne M6”
4. A number of shares in the merged entity reflecting the overall economic exchange ratio of 2.10 adjusted for the value of the share retained in “M6 Edition - La chaîne M6”

Following these steps, Bouygues would own approximately 30% of the merged entity, which it would have exclusive control over, as part of a shareholder agreement with RTL Group, second largest shareholder with approximately 16%. Free float would own approximately 54% of the new group of which approximately 29% for the existing float of M6 and approximately 25% for the existing float of TF1.

Governance and management

The Board of Directors of the merged group would consist of 12 members, including 4 directors designated by Bouygues Group, 2 directors designated by RTL Group, 3 independent directors, 2 directors representing the employees and 1 director representing the employee shareholders.

At the day the operation is finalised, the management of the combined group would include members of the current management teams of M6 and TF1. Nicolas de Tavernost will be proposed as Chairman and CEO of the merged entity.

A new name reflecting the diversity and the strength of its assets will be given to the merged company. It would remain based in France and listed on Euronext Paris.

A shareholder agreement will be entered into by Bouygues and RTL Group with customary statements made to the French AMF as appropriate. Double voting rights will also be granted to shareholders of the new group who will register their shares with the merged company, as customary.

The agreement will provide for representation of the parties within governance bodies, an obligation of consultation between the parties and rights to protect minority shareholders for the benefit of RTL Group, ensuring the predominance of Bouygues.

The pact will also provide for a number of customary restrictions with regards to the transfer of shares as well as a right of first offer for the benefit of Bouygues on 5% of the capital of the combined entity, exercisable upon the first sale of shares by RTL Group.

Conditions and timetable

Procedures for informing and consulting employee representative bodies at the companies involved were initiated in accordance with applicable legislation and the relevant bodies at both groups issued a favourable opinion on 24 June 2021.

Completion of the transaction is also subject to customary condition precedents in particular the approvals from the antitrust authorities (Autorité de la Concurrence) and media regulator (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel). The transaction would also give rise to a request for exemptions from the compulsory filing of a public offer project (in particular on the basis of the provisions of article 234-9, 4 ° of the general regulations - Combination of a contribution or of a merger submitted to the general meeting of shareholders with the conclusion of an agreement constituting a concerted action between the shareholders of the companies concerned), it being specified that article 39 V of the 1986 law on freedom of communication provides that crossing a mandatory tender offer threshold requires the filing of a tender-offer only for the amount of shares required to reach the regulatory limit of 49% of the share capital and voting rights.

The completion of the transaction could take place by the end of 2022, subject to the approval of the extraordinary general meetings of M6 and TF1 which would follow the receipt of the transaction appraisal documentation from the *Commissaire à la fusion et aux apports* to be designated as part of the transaction.

LEGAL AND ARBITRATION PROCEEDINGS

The following facts should be noted in relation to the main judicial and arbitration procedures referred to in the 2020 Universal Registration Document:

None

LEGAL AND REGULATORY ENVIRONMENT

Transposition of the “Audiovisual Media Services” directive

With the Covid-19 pandemic interrupting parliamentary work on the draft legislation relating to audiovisual communication and cultural sovereignty in the digital era, the government decided to implement several measures included in this text by orders and decree. Within this framework, the government enacted Decree n° 2020-1642 of 21 December 2020 which amends Law n° 86-1067 of 30 September 1986. Pursuant to this Decree, the Decree of 22 June 2021 relating to on-demand audiovisual media services amends the system of obligations for on-demand audiovisual media services. It imposes obligations to finance creation for services targeting France from another European Union member state.

The Group is actively involved in the government's work to review the two other "production" decrees covering terrestrially broadcast television channels on the one hand and television channels that do not use the frequencies assigned by the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel on the other.

Furthermore, the order of 21 December 2020 provides for the conclusion of a new cross-industry agreement on media release chronology. The negotiations, of which the Group is also a part, are ongoing.

Draft law relating to the regulation and protection of access to cultural works in the digital era

The draft legislation relating to audiovisual communication and cultural sovereignty in the digital era, which is nearing the end of its parliamentary scrutiny, partially reproduces other provisions of the draft legislation relating to audiovisual communication and cultural sovereignty in the digital era, the review of which was interrupted by the pandemic in 2020. At the end of its first reading in the Assemblée Nationale followed by the Senate, a compromise text was adopted by a joint committee and must now be approved by both chambers. It specifically provides for:

- Strengthening of measures to tackle piracy;
- The amalgamation of the CSA and HADOPI (French online copyright protection agency) into ARCOM, the French Authority for the Regulation of Audiovisual and Digital Communication;
- An overhaul of the system of obligations to invest in production, notably in independent production, as well as the penalty system covering non-compliance with these obligations;
- A new system to protect catalogues of audiovisual works.

Other legal and regulatory developments

The findings of the Citizens' Convention for the Climate published in June 2020 resulted in 146 measures that will lead

to a minimum reduction of 40% in greenhouse gas emissions by 2030 (in comparison with 1990). These measures have been formally set out in the draft legislation covering the fight against climate change and improving recovery against its effects. Following its first reading in the Assemblée Nationale followed by the Senate, a compromise text was approved by a joint committee. The latter is being reviewed by the Assemblée Nationale. It provides for a system of joint regulation for broadcasters with a "code of good practice" under the auspices of the CSA, and a measure banning the advertising of fossil fuels.

In addition, several implementation decrees covering the Amending Finance Law of 30 July 2020 for 2020 were published over the course of the half-year:

- Decree n° 2020-1835 of 10 April 2020 published on 11 April 2021, introduces specific support for the terrestrial and digital broadcast of private radio stations (and local television stations operating both in mainland France and overseas), whose revenues - notably from advertising - were specifically impacted by the Covid-19 pandemic.
- Decree n° 2021-764 of 15 June 2021 specifies the terms and conditions of application of an exceptional tax credit for providers of on-demand television, radio and audiovisual media services who suffered application of significant fall in their revenues during the pandemic.

Authorisations to use free-to-air frequencies

The channel 6ter was licensed on 3 July 2012 (tendering process launched on 18 October 2011) under the licensing regime set out by Article 30-1 of the amended Law of 30 September 1986 on Freedom of Communication, for a period of 10 years effective from 12 December 2012 (i.e. until 2022). In a decision dated 2 June 2021, the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel decided to order the renewal of the 6ter's channel's authorisation without a tendering process, under the conditions provided for in Article 28-1 of the Law of 30 September 1986 and 6ter made a public deposition on 28 June 2021.

1.5 RISK FACTORS AND MANAGEMENT

1.5.1 Risks and uncertainties regarding the first half of the year

The Group's main risks and uncertainties are detailed in the 2020 Universal Registration Document filed with the AMF on 24 March 2021 and available on the website www.amf-france.org as well as on the Company's own website www.groupeM6.fr.

Risks considered significant and specific to M6 Group are set out in the chapter relating to risk factors:

- Risk related to a decline in audience
- Risk of an increase in programme costs
- Risk related to sensitivity to the economic climate
- Risks related to a decline in distribution revenues
- Risk related to the interruption of the signal of the Group's TV channels and radio stations
- IT systems risks
- Risk related to broadcasting licences
- Risks related to legislative and regulatory changes

The first half of 2020 was marked by the continued crisis connected with the Covid-19 pandemic and its consequences on the economic environment. Within this context, the risks set out in the 2020 Universal Registration Document remain valid and their description has not changed. They specifically include that concerning the Group's high sensitivity to the economic situation and consumer spending.

Moreover, 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 2021 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.

1.5.2 Risks and uncertainties regarding the second half of the year

With lockdown coming to an end and economic recovery subject to uncertainty since the lifting of public health restrictions, the Group will make every effort to leverage any continued upturn in the advertising market in the autumn, in particular through a competitive range of programmes. It will nevertheless continue its efforts in relation to controlling costs.

Furthermore, the Group's business is in part subject to seasonal fluctuations, the general principles of which are detailed in

Note 4 to the condensed consolidated half-year financial statements.

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 2021 should not be used as a base to estimate this same indicator for the full financial year.

1.6 WORKFORCE

1.6.1 Breakdown of M6 Group workforce by type of contract

	31 December 2020	30 June 2021
Permanent	1,707	1,680
Fixed-term contracts	197	200
TOTAL WORKFORCE	1,904	1,880

At 30 June 2021, M6 Group's total workforce was 1,880 people, compared with 1,904 at 31 December 2020, including 1,680 on permanent contracts, compared with 1,707 at the end of December, with the decline primarily attributable to the disposal of the entity M6 Hosting.

1.6.2 Breakdown of workforce by division

	31 December 2020	30 June 2021
TV	1,284	1,282
Radio	382	381
Production & Audiovisual Rights	92	93
Diversification	146	124
TOTAL	1,904	1,880

In relation to 31 December 2020:

- Staff numbers in the TV, Radio and Production & Audiovisual Rights divisions were stable.
- The fall in staff numbers at the Diversification Division (22 fewer permanent employees) was due to the sale of M6 Hosting and the discontinuation by M6 Digital Services of its "Email Routing" activity.



2

CORPORATE GOVERNANCE

2.1	SUPERVISORY BOARD	25
2.1.1	Remuneration and Appointments Committee	25
2.1.2	Audit Committee	25
2.1.3	Strategy Committee	25
2.1.4	CSR Committee	25
2.1.5	Ad Hoc Committee	25

2.2	EXECUTIVE BOARD	26
------------	------------------------	-----------

2.1 SUPERVISORY BOARD

At the date of preparation of this report, the Supervisory Board of Métropole Télévision consisted of nine members, including one representing employees.

Members of the Supervisory Board are as follows:

- Elmar Heggen, Chairman,
- Marie Cheval, Vice-Chair, independent member,
- Björn Bauer,
- Sophie de Bourgues, member representing employees,
- Philippe Delusinne,
- Siska Ghesquiere,

- Nicolas Houzé, independent member,
- Jennifer Mullin,
- Mouna Sepehri, independent member.

The Supervisory Board is therefore made up of 38% independent members and 50% female members¹, 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.

2.1.1 Remuneration and Appointments Committee

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

- Marie Cheval, Chair of the Committee,
- Sophie de Bourgues,
- Elmar Heggen,
- Nicolas Houzé.

2.1.2 Audit Committee

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

- Nicolas Houzé, Chair of the Committee,
- Björn Bauer,
- Mouna Sepehri.

2.1.3 Strategy Committee

At the date of preparation of this document, members of the Strategy Committee were as follows:

- Marie Cheval,
- Elmar Heggen,
- Nicolas Houzé,
- Mouna Sepehri.

2.1.4 CSR Committee

At the date of preparation of this document, members of the CSR Committee were as follows:

- Sophie de Bourgues,
- Marie Cheval,
- Elmar Heggen,
- Mouna Sepehri.

2.1.5 Ad Hoc Committee

As part the proposed transfer of control of Métropole Télévision by RTL Group, on 22 March 2021 the Supervisory Board decided to set up an ad hoc committee composed solely of its independent members (Marie Cheval, Mouna Sepehri et Nicolas Houzé) and chaired by Marie Cheval.

The committee, tasked with reviewing the various plans put forward by RTL Group, met nine times.

Upon completing its work, the ad hoc committee recommended that the Supervisory Board issue an opinion in favour of the proposed merger between the M6 and TF1 groups.

¹ The Board member representing employees is not included when calculating these two percentages

2.2 EXECUTIVE BOARD

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

- **Nicolas de Tavernost**, Chairman,
- **Thomas Valentin**, Vice-Chairman of the Executive Board in charge of Programmes and Content,
- **Régis Ravanas**, Member in charge of Radio, Music and Events,
- **Jérôme Lefébure**, Member of the Executive Board in charge of Finance and Support functions,
- **David Larramendy**, Member in charge of Sales Activities.



3

SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

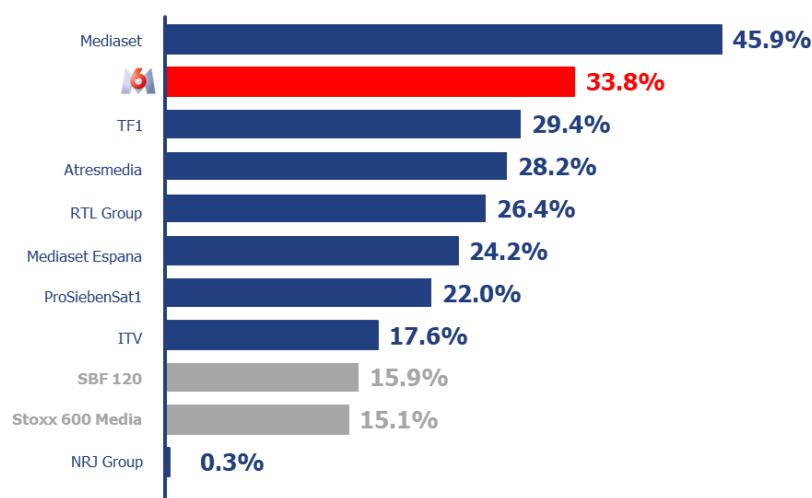
M6 share presentation

Regulated market	Eurolist Compartment A (companies whose average market capitalisation exceeds €1 billion)
Indices	CAC Mid 60, SBF 120, CAC Mid & Small, CAC All-Tradable, CAC All-Shares, CAC Consumer Discretionary
ISIN Code	Eligible for SRD (deferred settlement service)
Ticker	FR0000053225
Opening price of the M6 share on 4 January 2021	MMT
Closing price of the M6 share on 30 June 2021	€13.28
Lowest closing price in H1 2021	€17.74
Highest closing price in H1 2021	€13.16 on 5 January
M6 share performance over H1 2021:	€19.28 on 12 March
SBF 120 performance over H1 2021	+ 33.8% ⁽¹⁾
Stoxx Europe 600 Media ⁽²⁾ performance over H1 2021	+ 15.9% ⁽¹⁾
M6 market capitalisation at 30 June 2021	+ 15.1% ⁽¹⁾
Average daily trading volumes on Euronext - M6 share	€2,242.6 million
	197,360 shares over the 1 st half of 2021 (compared with 115,359 over the 1 st half of 2020)

⁽¹⁾ Change calculated on the basis of the last listed price of 2020 and the last listed price of the first half of 2021

⁽²⁾ Benchmark index for European media industry securities

Compared stock market performance of the M6 share, shares of its European peers and the SBF 120 and Stoxx Europe 600 Media indices between 1 January and 30 June 2021:



International financial markets continued to recover in the first half of 2021 amid the ongoing Covid-19 epidemic. Still reassured by accommodative central bank monetary policy and government stimulus packages, markets benefited from hopes of economic recovery buoyed by the success of vaccination campaigns and the gradual easing of public health restrictions. Against this backdrop, the Paris Stock Exchange's benchmark index, the CAC 40, gained 15.9% over the first six months of the

year, peaking at its highest closing level since June 2000, at 6,666.26 points.

In these favourable market conditions, TV shares benefited from a positive outlook in the TV advertising market as economies emerged from lockdown. Rumours of sector consolidation, stoked by the planned change of controlling shareholder of M6, also fuelled market momentum. The M6 share price rose 33.8% in the first half of 2021.



4

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

4.1	CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME	32	4.3	CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT	36
4.1.1	Summary presentation	32	4.4	RELATED PARTIES	37
4.1.2	Television	33	4.5	POST-BALANCE SHEET EVENTS	37
4.1.3	Radio	33			
4.1.4	Production and audiovisual rights	34			
4.1.5	Diversification	34			
4.2	CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION	35			

4.1 CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

4.1.1 Summary presentation

	30/06/2021	30 June 2020 restated ⁽¹⁾	(% change) 2021/2020 (€m)	30/06/2019	(% change) 2021/2019 (€m)
REVENUE	645.0	557.3	87.6	714.6	(69.6)
Group advertising revenue	529.0	400.6	128.5	539.3	(10.3)
- of which TV advertising revenue	453.7	338.6	115.1	454.3	(0.6)
- of which other advertising revenue	75.3	62.0	13.3	85.0	(9.7)
Group non-advertising revenue	115.9	156.7	(40.8)	175.3	(59.4)
Other operating revenues	25.3	3.1	22.2	2.0	23.4
TOTAL OPERATING REVENUES	670.3	560.5	109.8	716.5	(46.2)
Materials and other operating expenses	(317.1)	(293.0)	(24.1)	(338.6)	21.5
Personnel costs (including profit sharing plan contributions)	(124.6)	(122.1)	(2.5)	(138.4)	13.9
Taxes and duties	(25.8)	(20.7)	(5.1)	(35.5)	9.7
Amortisation, depreciation and impairment charges (net of reversals)	(37.8)	(40.3)	2.6	(55.8)	18.0
PROFIT FROM RECURRING OPERATIONS [EBITA] ¹	165.0	84.4	80.7	148.3	16.8
Capital gains on disposals of equity investments	3.2	120.9	(117.8)	0.4	2.8
Operating income and expenses related to business combinations	(3.3)	(7.6)	4.3	(6.5)	3.2
OPERATING PROFIT [EBIT]	164.9	197.7	(32.8)	142.2	22.8
NET FINANCIAL INCOME/(EXPENSE)	(1.1)	(2.4)	1.2	(2.8)	1.6
Share of profit of joint ventures and associates	(17.4)	(3.0)	(14.3)	3.1	(20.4)
PROFIT BEFORE TAX	146.4	192.3	(45.9)	142.5	3.9
Income tax	(27.1)	(31.2)	4.1	(53.8)	26.7
NET PROFIT FROM CONTINUING OPERATIONS	119.3	161.2	(41.8)	88.7	30.6
Net profit/(loss) from operations sold, after tax	-	-	-	(0.3)	0.3
NET PROFIT FOR THE YEAR	119.3	161.2	(41.8)	88.4	31.0
Attributable to the Group	119.2	161.2	(42.0)	88.4	30.8
Attributable to non-controlling interests	0.2	-	0.2	-	0.2
NET PROFIT FOR THE PERIOD BEFORE CAPITAL GAINS ON DISPOSALS OF EQUITY INVESTMENTS	116.3	41.3	75.0	88.0	28.3

⁽¹⁾ The published consolidated income statement to 30 June 2020 has been restated to reflect the final allocation of the acquisition cost of the Youth TV division. The impact on the financial statements at 30 June 2020 is broken down in Note 5 - "Business combinations/Changes in the scope of consolidation" to the consolidated financial statements.

For the first half of the 2021 financial year, M6 Group recorded consolidated revenue of €645.0 million, up 15.7% or €87.6 million year-on-year.

Multimedia advertising revenues grew 32.1% (up €128.5 million) year-on-year and moved closer to their pre-pandemic levels. Following a difficult start to the year, marked by the ongoing Covid crisis, they benefited from a favourable base effect from mid-March onwards (start of the first 2020 lockdown) and the resumption of consumer spending.

Restated for scope effects, non-advertising revenues grew 3.1% (€3.5 million).

Consolidated profit from recurring operations (EBITA) totalled €165.0 million, a year-on-year increase of €80.7 million that mainly reflected the growth in advertising revenue. It also included the impact of the recognition of €16.9 million in exceptional government subsidies. Excluding non-recurring items, M6 Group EBITA returned to its 2019 first half level (€148.1 million vs. €148.3 million).

Operating margin stood at 23.0%, excluding government subsidies, compared with 15.1% for the first half of 2020 and 20.7% for H1 2019. This improvement reflects the Group's flexibility in the management of its programming costs, despite the overspend in relation to Euro 2020, and its other costs.

The first half-year was also marked by an increase in the Group's investments in streaming technologies, which explains the fall in profit of the equity-accounted entities. The losses recorded by Salto (SVOD offer) and Bedrock (development of technical streaming platforms) were partly offset by the positive contribution of Stéphane Plaza Immobilier (network of estate agencies).

The income tax charge for the half-year benefited from a positive tax settlement in respect of the 2020 financial year, resulting in net profit for the period of €119.3 million, compared with €161.2 million for the first half of 2020, during which €119.6 million in capital gains was recognised in respect of the transfer of iGraal to Global Savings Group and the opening up of Bedrock's capital.

¹ EBITA, also termed 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 subsidiaries.

Growth by segment was as follows:

(€ millions)	1 st quarter			2 nd quarter			1 st half-year		
	2021	2020	%	2021	2020	%	2021	2020	%
TV	232.2	228.9	+1.4%	278.4	157.7	+76.6%	510.6	386.6	+32.1%
Radio	34.2	31.5	+8.8%	38.8	28.4	+36.5%	73.1	59.9	+21.9%
Production & Audiovisual Rights	9.6	15.9	-39.5%	10.2	13.4	-23.9%	19.8	29.3	-32.3%
Diversification	20.3	44.9	-54.8%	20.7	36.3	-42.9%	41.0	81.2	-49.5%
Other revenue	0.2	0.2	n.a	0.3	0.2	n.a	0.5	0.4	n.a
CONSOLIDATED REVENUE	296.6	321.3	-7.7%	348.4	236.0	+47.6%	645.0	557.3	+15.7%
TV							137.2	66.2	+107.0%
Radio							14.4	-2.2	n.a
Production & Audiovisual Rights							11.9	14.4	-17.7%
Diversification							6.1	8.2	-25.7%
Unallocated revenue							-4.5	-2.4	n.a
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)	64.3	45.6	-41.1%	100.8	38.8	+159.7%	165.0	84.4	+95.7%
Operating margin	21.7%	14.2%		28.9%	16.4%		25.6%	15.1%	

4.1.2 Television

(€ millions)	30 June 2021			30 June 2020			2021/2020 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
TV	518.2	510.6	137.2	392.8	386.6	66.2	125.5	124.0	70.9

Impacted at the start of the year by the ongoing pandemic, the TV advertising market picked up over the second quarter, due in part to a favourable base effect, but primarily thanks to the economic recovery. Within this context and also boosted by the broadcast of Euro 2020 on the M6 channel, the Group's TV advertising revenues rose 84.1% in relation to Q2 of 2020, outperforming the market and significantly exceeding the levels achieved in the second quarter of 2019 (by 7.5%).

Over the first six months as a whole, the TV division's advertising performance grew 34.0% year-on-year.

TV programming costs were €237.1 million, compared with €192.8 million in the 1st half of 2020. While continuing to optimise the management of its different schedules, the Group resumed its investments in programmes with in particular the broadcast of Euro 2020 and numerous new shows during the second quarter.

The TV division thus contributed €137.2 million to consolidated EBITA, against €66.2 million for the six months to 30 June 2020, benefiting from the audiovisual tax credit of €13.4 million.

The margin from recurrent operations for the Group's core business stood at 24.2% excluding the tax credit (compared with 17.1% for H1 of 2020 and 23.2% for H1 of 2019).

4.1.3 Radio

(€ millions)	30/06/2021			30/06/2020			2021/2020 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
RADIO	74.2	73.1	14.4	60.3	59.9	(2.2)	13.9	13.1	16.6

Over the first six months of the year, Radio revenue stood at €73.1 million, a year-on-year increase of 21.9%, driven by the recovery of the advertising business.

EBITA totalled €14.4 million, compared with a loss of €2.2 million for the first half of 2020, mainly reflecting the increase in revenues and also including €3.4 million in government support (audiovisual tax credit + broadcast support grant).

4.1.4 Production and audiovisual rights

(€ millions)	30/06/2021			30/06/2020			2021/2020 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	66.6	19.8	11.9	70.9	29.3	14.4	(4.2)	(9.5)	(2.6)

In the 1st half of 2021, revenue from Production and Audiovisual Rights operations totalled €19.8 million, down 32.3% year-on-year, primarily due to the administrative closure of cinemas until 18 May 2021, compared to just 3 months in 2020. Films distributed by SND only recorded 0.5 million admissions over

the first half of 2021⁹, compared with 1.6 million over the same period last year.

Divisional EBITA was €11.9 million, compared with €14.4 million for the 1st half of 2020.

4.1.5 Diversification

(€ millions)	30/06/2021			30/06/2020			2021/2020 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
DIVERSIFICATION	41.2	41.0	6.1	81.4	81.2	8.2	(40.2)	(40.2)	(2.1)

Over the first half of 2021, Diversification revenues totalled €41.0 million, a fall of €40.2 million, €8.8 million of which was due to negative base effects related to the deconsolidation of iGraal and €35.6 million to the disposal of the home shopping business.

EBITA from Diversification stood at €6.1 million, against €8.2 million in the 1st half of 2020, which included €3.1 million for activities disposed of in 2020.

4.2 CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

(€ millions)	30/06/2021	31/12/2020	change (€ millions)
Goodwill	281.4	282.2	(0.8)
Non-current assets	542.0	535.7	6.3
Current assets	838.1	846.6	(8.5)
Cash and cash equivalents	140.8	197.0	(56.3)
TOTAL ASSETS	1,802.3	1,861.5	(59.2)
Equity - Group share	995.5	1,060.3	(64.8)
Non-controlling interests	7.7	7.7	0.0
Non-current liabilities	206.2	210.2	(4.0)
Current liabilities	592.9	583.2	9.6
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	1,802.3	1,861.5	(59.2)

At 30 June 2021, total assets were €1,802.3 million, a decrease of €59.2 million (down 3.3%) compared with 31 December 2020.

Non-current assets (including goodwill) totalled €823.4 million, compared with €817.9 million at 31 December 2020.

This slight €5.5 million rise reflects:

- the €7.8 million increase in current accounts with joint ventures and associates (Bedrock and Salto);
- a €6.7 million increase in audiovisual rights;
- offset by the €5.2 million decrease in property, facilities and equipment.

Current assets, excluding cash and cash equivalents, declined by €8.5 million. This change was primarily due to:

- a €35.3 million decrease in prepaid expenses mainly linked to the broadcasting of Euro 2020 matches;
- the €6.9 million decrease in trade receivables;
- the €10.1 million decrease in current tax;

- partially offset by a €34.7 million increase in inventories of broadcasting rights and other inventories;
- a €16.9 million increase in government subsidies receivable.

Cash and cash equivalents totalled €140.8 million, a decline of €56.3 million compared with 31 December 2020.

The Group share of equity totalled €995.5 million.

The €64.8 million decrease since the 2020 year-end was primarily attributable to:

- the payment of dividends of €189.4 million;
- the Group share of net profit for the first half of 2021, totalling €119.2 million.

Other liability items (current and non-current liabilities) were €799.1 million compared with €793.4 million at 31 December 2020.

This €5.7 million rise reflects:

- the €10.6 million increase in trade payables;
- the €10.1 million increase in current tax;
- the fall in tax and social security liabilities (down €18.8 million).

4.3 CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT

(€ millions)	30/06/2021	30/06/2020	change (€ millions)
Self-financing capacity from operations	203.8	120.0	83.8
Change in operating WCR	(9.2)	36.2	(45.4)
Income tax	(1.4)	(42.6)	41.2
Cash flow from operating activities	193.2	113.5	79.6
Cash flow from investment activities	(36.2)	(3.6)	(32.7)
Recurring items	(44.5)	(30.6)	(13.8)
Non-recurring items	8.2	27.1	(18.8)
Cash flow from financing activities	(213.2)	140.3	(353.5)
Dividend payments	(189.4)	-	(189.4)
Equity transactions	0.0	4.0	4.0
Financing	-	155.0	(155.0)
Contributions to joint venture current accounts	21.2	(7.5)	(13.7)
Lease repayments	(3.1)	(3.5)	0.5
Other	0.4	0.3	0.1
Translation effect on cash and cash equivalents	0.0	(0.2)	0.3
Net change in cash and cash equivalents	(56.3)	250.0	
Cash and cash equivalents - opening balance	197.0	45.9	151.1
Cash and cash equivalents - closing balance	140.8	295.9	(155.1)
Net cash and cash equivalents - closing balance	38.4	1.9	36.5

Cash flow from operating activities was €193.2 million for the six months to 30 June 2021, higher than the level of €113.5 million for the six months to 30 June 2020.

This €79.6 million increase (up 70.1 %) reflects the following developments:

- an increase in the Group's self-financing capacity before tax (from €120.0 million to €203.8 million), mainly thanks to an €80.7 million uplift in profit from recurring operations;
- a negative impact of €45.4 million related to the increase in working capital requirements, due in particular to the lower level of broadcasting rights inventory levels;
- a sharp decline in taxes paid (+€41.2 million) due to repayment of the residual balance of 2020 corporate income tax.

In the 1st half of 2021, cash flow applied to investments used cash resources of €36.2 million, compared with an outflow of €3.6 million the 1st half of 2020.

This decrease of €32.7 million primarily reflected:

- a decline of €18.8 million in net cash related to acquisitions and disposals ;

- an increase in recurring investment (-€13.8 million) mainly due to increased purchases of rights by SNDA.

Cash flow resulting from financing activities used cash resources of €213.2 million compared with an inflow of €140.3 million for the six months to 30 June 2020.

This €353.5 million fall was due to:

- the payment of dividends of €189.4 million;
- the non-utilisation of bank borrowing facilities (-€155.0 million);
- a €13.7 million increase in financing of investments in joint ventures in the first half of 2021 (Salto and Bedrock).

This half year thus resulted in a €155.1 million decrease in cash and cash equivalents. Cash and cash equivalents totalled €140.8 million at 30 June 2021, compared with €295.9 million at 30 June 2020.

The Group had a net cash position of €38.4 million at 30 June 2021 which does not take into account the lease liabilities resulting from the application of IFRS 16 - *Leases*, which stood at €24.8 million at 30 June 2021.

4.4 RELATED PARTIES

Information concerning transactions with related parties is detailed in Note 21 to the condensed consolidated half-year financial statements.

4.5 POST-BALANCE SHEET EVENTS

Information concerning post-balance sheet events is detailed in Note 22 to the condensed consolidated half-year financial statements.



gulli

5

FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES (FRENCH VERSION ONLY)

**5.1 ÉTATS FINANCIERS
CONSOLIDÉS CONDENSÉS
AU 30/06/2021**

40

**5.2 ANNEXE AUX COMPTES
CONSOLIDÉS CONDENSÉS**

46

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2021

1. État de la situation financière consolidée

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2021	31/12/2020
Goodwill	14	281,4	282,2
Droits audiovisuels	13	50,2	43,5
Autres immobilisations incorporelles	13	210,5	209,8
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		542,2	535,5
Terrains	15	19,1	19,1
Constructions	15	52,3	54,0
Droits d'utilisation des actifs loués	15	21,7	24,4
Autres immobilisations corporelles	15	33,8	34,7
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		126,9	132,1
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	18.1	3,6	4,3
Autres actifs financiers non courants	18.1	31,4	23,7
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	17	118,0	122,2
ACTIFS FINANCIERS		153,1	150,2
Actifs d'impôts différés		1,2	-
ACTIF NON COURANT		823,4	817,9
Stocks de droits de diffusion	16	294,7	263,9
Autres stocks	16	9,9	6,1
Créances clients nettes	18.1	353,6	360,5
Impôts courants		0,5	10,7
Autres actifs financiers courants	18.1	2,8	11,8
Autres actifs courants	18.1	176,5	193,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	18.1	140,8	197,0
ACTIF COURANT		978,9	1 043,6
TOTAL ACTIF		1 802,3	1 861,5

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2021	31/12/2020
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(2,6)	(6,9)
Réserves consolidées		828,3	740,0
Autres réserves		(7,6)	(7,7)
Résultat part du Groupe		119,2	276,7
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		995,5	1 060,3
Intérêts non-contrôlants		7,7	7,7
CAPITAUX PROPRES	19	1 003,2	1 068,0
Provisions	20	41,9	42,8
Dettes financières	18.2	126,2	126,2
Dettes locatives	18.2	19,9	22,2
Autres passifs financiers	18.2	-	2,8
Autres dettes	18.2	0,2	0,5
Passifs d'impôts différés		18,1	15,7
PASSIF NON COURANT		206,2	210,2
Provisions	20	29,2	32,0
Dettes financières	18.2	1,6	0,7
Dettes locatives	18.2	5,0	5,6
Instruments financiers dérivés	18.2	-	0,2
Autres passifs financiers	18.2	7,2	4,3
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	18.2	394,9	384,3
Autres dettes d'exploitation	18.2	22,1	12,9
Impôts courants		14,3	0,7
Dettes fiscales et sociales	18.2	102,6	121,4
Dettes sur immobilisations	18.2	16,0	21,1
PASSIF COURANT		592,9	583,2
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 802,3	1 861,5

2. État du résultat global consolidé

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2021 6 mois	30/06/2020 retraité ⁽¹⁾ 6 mois
Chiffre d'affaires	6	645,0	557,3
Autres produits opérationnels	7.1	25,3	3,1
Total des produits opérationnels		670,3	560,5
Consommations et autres charges opérationnelles	7.2	(317,1)	(293,0)
Charges de personnel (yc participation)		(124,6)	(122,1)
Impôts, taxes et versements assimilés		(25,8)	(20,7)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	7.3	(38,2)	(39,9)
Dotations aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	7.3	(2,8)	(3,9)
Perte de valeur des actifs non amortissables	7.3	-	(4,1)
Total des charges opérationnelles		(508,5)	(483,7)
Plus-values sur cessions de participations		3,2	120,9
Résultat opérationnel		164,9	197,7
Produits de la trésorerie		1,0	0,1
Coût de l'endettement		(1,0)	(1,1)
Charges d'intérêt sur dettes locatives		(0,2)	(0,3)
Autres éléments financiers		(0,9)	(1,0)
Résultat financier	9	(1,1)	(2,4)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	17	(17,4)	(3,0)
Résultat courant avant impôt		146,4	192,3
Impôt sur le résultat	10	(27,1)	(31,2)
Résultat net des activités poursuivies		119,3	161,2
Profit ou perte après impôt des activités cédées		-	-
Résultat net de la période		119,3	161,2
attribuable au Groupe	11	119,2	161,2
attribuable aux intérêts non-contrôlants		0,2	-
Résultat part du Groupe par action (en euros)	11	0,945	1,282
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	11	0,945	1,282
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	11	0,941	1,276
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	11	0,941	1,276

⁽¹⁾ Le compte de résultat consolidé publié au 30 juin 2020 a été retraité pour tenir compte de l'affectation définitive du prix d'acquisition du Pôle Jeunesse TV. Les impacts sur les comptes consolidés au 30 juin 2020 sont détaillés en note 5 - Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation.

RESULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2021 6 mois	30/06/2020 retraité ⁽¹⁾ 6 mois
Résultat net consolidé		119,3	161,2
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		0,6	3,8
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres		(0,0)	-
Variation des écarts de conversion		(0,3)	(0,5)
Impôts sur les éléments recyclables		(0,2)	(1,1)
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels		1,8	4,3
Impôts sur les éléments non recyclables		(0,5)	(1,1)
<i>Autres éléments du résultat global</i>		<i>1,4</i>	<i>5,3</i>
Résultat global de la période		120,7	166,4
attribuable au Groupe		120,6	166,4
attribuable aux intérêts non-contrôlants		0,1	-

⁽¹⁾ Le résultat global consolidé publié au 30 juin 2020 a été retraité pour tenir compte de l'affectation définitive du prix d'acquisition du Pôle Jeunesse TV. Les impacts sur les comptes consolidés au 30 juin 2020 sont détaillés en note 5 - Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation.

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2021 6 mois	30/06/2020 retraité ⁽¹⁾ 6 mois
Résultat opérationnel des activités poursuivies		164,9	197,7
Amortissements et provisions hors actifs circulants		36,5	36,6
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		2,8	3,9
Plus-values et moins-values de cession		(3,8)	(120,4)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		2,8	3,5
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		203,2	121,3
Produits perçus de la trésorerie		1,1	0,1
Intérêts payés		(0,3)	(1,1)
Intérêts des dettes locatives		(0,2)	(0,3)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPOT		203,8	120,0
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	16	(34,7)	(3,0)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	18	24,8	105,3
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	18	0,7	(66,1)
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT		(9,2)	36,2
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(1,4)	(42,6)
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES OPERATIONNELLES		193,2	113,5
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	13	(41,7)	(26,6)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	15	(5,7)	(4,4)
Acquisitions d'immobilisations financières	18	(5,0)	-
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales		-	-
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		13,2	27,1
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	13/15	0,1	0,4
Dividendes reçus		2,9	-
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		(36,2)	(3,6)
Opérations de financement			
Actifs financiers	18	(21,0)	(7,2)
Souscriptions d'emprunts et autres passifs financiers	18	0,2	180,0
Remboursements d'emprunts et autres passifs financiers	18	(0,0)	(25,0)
Remboursement des dettes locatives	18	(3,1)	(3,5)
Acquisitions et cessions d'actions propres	19	0,0	(4,0)
Dividendes versés	12	(189,4)	-
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		(213,2)	140,3
Effet des écarts de conversion de trésorerie		0,0	(0,2)
VARIATION GLOBALE DE TRESORERIE	18	(56,3)	250,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		197,0	45,9
TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE A LA CLOTURE	18	140,8	295,9

⁽¹⁾ Le tableau de flux de trésorerie consolidés publié au 30 juin 2020 a été retraité pour tenir compte de l'affectation définitive du prix d'acquisition du Pôle Jeunesse TV. Les impacts sur les comptes consolidés au 30 juin 2020 sont détaillés en note 5 - Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation.

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 et écarts de conversion	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts non contrôlants	Capitaux propres
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2020 Retraité⁽¹⁾	126 414,2	50,6	7,6	(12,2)	734,9	(8,7)	772,2	-	772,2
Variation de la valeur des instruments dérivés						2,6	2,6	-	2,6
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres						(0,0)	(0,0)	-	(0,0)
Pertes et gains actuariels					3,1	-	3,1	-	3,1
Écarts de conversion						(0,5)	(0,5)	-	(0,5)
Autres éléments du résultat global		-	-	-	3,1	2,2	5,2	-	5,2
Résultat net consolidé de la période					161,2	-	161,2	-	161,2
Résultat global total de la période		-	-	-	164,2	2,2	166,4	-	166,4
Dividendes distribués					-	-	-	-	-
Acquisitions/Cessions d'actions propres				0,1	(2,7)	-	(2,7)	-	(2,7)
Total des transactions actionnaires		-	-	0,1	(2,7)	-	(2,7)	-	(2,7)
Coûts des actions de performance (IFRS2)					3,2	-	3,2	-	3,2
Instruments de couverture des attributions d'actions de performance					0,1	-	0,1	-	0,1
Autres mouvements					0,1	-	0,1	-	0,1
SITUATION AU 30 JUIN 2020 Retraité⁽¹⁾	126 414,2	50,6	7,6	(12,1)	899,8	(6,5)	939,3	-	939,3
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2021	126 414,2	50,6	7,6	(6,9)	1 016,7	(7,7)	1 060,3	7,7	1 068,0
Variation de la valeur des instruments dérivés						0,4	0,4	-	0,4
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres						(0,0)	(0,0)	-	(0,0)
Pertes et gains actuariels					1,3	-	1,3	0,0	1,3
Écarts de conversion						(0,3)	(0,3)	(0,0)	(0,3)
Autres éléments du résultat global		-	-		1,3	0,1	1,4	(0,0)	1,4
Résultat net consolidé de la période					119,2	-	119,2	0,2	119,3
Résultat global total de la période		-	-		120,5	0,1	120,6	0,1	120,7
Dividendes distribués					(189,4)	-	(189,4)	(0,1)	(189,5)
Acquisitions/Cessions d'actions propres				4,3	(3,1)	-	1,2	-	1,2
Total des transactions actionnaires		-	-	4,3	(192,5)	-	(188,2)	(0,1)	(188,3)
Coûts des actions de performance (IFRS2)					2,8	-	2,8	-	2,8
Instruments de couverture des attributions d'actions de performance					-	-	-	-	-
Autres mouvements					(0,0)	-	(0,0)	-	(0,0)
SITUATION AU 30 JUIN 2021	126 414,2	50,6	7,6	(2,6)	947,5	(7,6)	995,5	7,7	1 003,2

⁽¹⁾ L'état de variation des capitaux propres consolidés publié au 30 juin 2020 a été retraits pour tenir compte de l'affectation définitive du prix d'acquisition du Pôle Jeunesse TV. Les impacts sur les comptes consolidés au 30 juin 2020 sont détaillés en note 5 - Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation

5.2 ANNEXE 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

- Au 1^{er} semestre 2021, certaines activités du Groupe ont été pénalisées par les restrictions sanitaires dans le cadre de la lutte contre l'épidémie de Covid-19.
- Le 16 mars, le Groupe a cédé sa participation dans M6 Hosting.
- Le 17 mai, les groupes TF1, M6, Bouygues et RTL Group ont annoncé avoir conclu des protocoles d'accord d'entrée en négociations exclusives pour fusionner les activités de TF1 et M6 et créer un groupe de médias français d'envergure.
- Le 17 juin, le *crédit d'impôt pour dépenses de création audiovisuelle et cinématographique, redevances versées aux organismes de gestion collective et rémunérations versées directement aux auteurs*, institué par l'article 49 de la loi de

finance rectificative pour 2020 du 30 juillet 2020, est entré en vigueur. Le dispositif concerne les éditeurs de services de télévision, de services de radio et de services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) qui pourront justifier « d'une diminution de leur chiffre d'affaires d'au moins 10% » entre les périodes du 1^{er} mars 2019 au 31 décembre 2019 et du 1^{er} mars 2020 au 31 décembre 2020. Le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 15% du montant total des dépenses éligibles, exposées du 1^{er} mars 2020 au 31 décembre 2020 dès lors qu'elles entrent dans la détermination du résultat imposable. Le montant du crédit d'impôt reconnu dans les comptes au 30 juin 2021 s'élève à 15,1 M€ (cf. note 7.1 - *Autres produits opérationnels*).

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2021 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 26 juillet 2021 et examinés par le Conseil de Surveillance du 27 juillet 2021. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

Métropole Télévision (la Société) 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 RTL Group, 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 2021 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.

Pour les textes ayant une incidence sur les comptes consolidés du Groupe M6, il n'y a pas de différence entre les textes approuvés par l'Union Européenne et les normes et interprétations publiées par l'IASB.

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 2020.

RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2021 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2020, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2021.

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 2021

Les amendements aux normes IFRS suivants, applicables pour le 1^{er} semestre 2021, n'ont pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe au 30 juin 2021 :

- Amendements à IFRS 9, IAS 39, IFRS 7 et IFRS 16 – *Réforme des taux d'intérêt de référence - phase 2*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2021.

Par ailleurs, lors de sa réunion du mois de mai, l'IASB a validé la décision de l'IFRIC « IAS 19 – *Attribution des avantages aux périodes de service* ». Des analyses de place sont en cours pour déterminer le champ d'application de cette décision en France et évaluer les principaux impacts qui en découlent. Ainsi, il est encore trop tôt pour préciser les impacts de cette décision pour le Groupe, qui seront déterminés d'ici la prochaine clôture.

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} juillet 2021 :

- Amendements à IFRS 3 - *Regroupements d'entreprises* : *Référence au Cadre Conceptuel*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2022 ;
- Amendements à IAS 37 - *Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels* : *Contrats déficitaires – Coûts d'exécution du contrat*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2022 ;
- Améliorations annuelles des IFRS (2018-2020), applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2022 ;
- Amendements à IAS 16 - *Immobilisations corporelles - Produit antérieur à l'utilisation prévue*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2022.

Le Groupe n'attend pas d'impact significatif de la première application de ces amendements sur ses situation 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 1 – *Présentation des états financiers* : *Classement des passifs en tant que passifs courants et non courants*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2023 ;
- Amendements à IAS 1 – *Présentation des états financiers* et à l'énoncé de pratiques IFRS 2, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2023 ;
- Amendements à IAS 8 - *Méthodes comptables, changements d'estimations comptables et erreurs* : *Définition d'une estimation comptable*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2023 ;
- Amendements à IFRS 16 - *Allègements de loyer liés à la Covid-19 au-delà du 30 juin 2021*, applicables à partir du 1^{er} avril 2021 ;
- Amendements à IAS 12 – *Impôts différés relatifs à des actifs et passifs résultant d'une même transaction*, applicables aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2023 ;
- IFRS 17 – *Contrats d'assurance*, applicable aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2023.

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

4. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité.

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 de Best of TV 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.

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

Au 1^{er} semestre 2021, l'épidémie de Covid-19 a toutefois affecté de nouveau certaines activités du Groupe.

5. 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 2021 :

- le 2 février, la société Gigasud a fusionné dans la société SERC ;
- le 16 mars, le Groupe M6 a cédé 100 % du capital de M6 Hosting. L'opération a dégagé une plus-value nette de cession de 3,3 M€ ;
- la société Unité 15 Belgique a été liquidée le 31 mars.

Par ailleurs, conformément à IAS 1 - *Présentation des états financiers*, les états financiers publiés au 30 juin 2020 ont été retraités pour tenir compte de l'affectation définitive du prix d'acquisition des sociétés du Pôle Jeunesse TV réalisée au second semestre 2020. L'impact sur les comptes au 30 juin 2020 est le suivant :

	30/06/2020 Publié	Dotations 2020	30/06/2020 retraité
Dotations aux amortissements des autres immobilisations incorporelles	(38,2)	(1,7)	(39,9)
Impôt sur le résultat	(31,7)	0,5	(31,2)
Résultat net part du Groupe	162,3	(1,1)	161,2

6. 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, 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.

Les secteurs opérationnels présentés sont les suivants :

Télévision

Le secteur, caractérisé par un fort degré de mutualisation entre les différentes chaînes du Groupe (acquisitions, technique, diffusion...), regroupe les chaînes en clair (M6, W9, 6TER et Gulli) et les chaînes payantes (Paris Première, Téva, M6 Music, Série Club, Tiji, Canal J, RFM TV, MCM, MCM Top) dont le modèle économique repose sur un financement mixte (publicité et versements des plateformes qui distribuent ces chaînes dans le cadre de bouquets diffusés via l'IPTV, le câble ou le satellite).

Ce secteur inclut également l'ensemble des activités qui y sont principalement associées telles que l'exploitation de la plateforme technique 6play et la régie publicitaire.

Radio

Le secteur inclut les stations de radio (RTL, RTL2 et Fun Radio) dont le modèle économique est entièrement financé par la publicité, ainsi que l'ensemble des activités qui y sont principalement associées telles que la régie publicitaire.

Production et Droits Audiovisuels

Outre les activités de production et de coproduction (cinéma, TV et internet) du Groupe, ce secteur opérationnel inclut les activités de distribution de droits cinématographiques audiovisuels tout au long de leur cycle d'exploitation, auprès du grand public (cinéma, vente de vidéos physiques et dématérialisées) puis des professionnels (distribution du portefeuille de droits auprès des télévisions en clair et payantes nationales, et distribution internationale).

Diversifications

Le secteur inclut l'ensemble des activités considérées comme autonomes pour tout ou partie par rapport au métier d'éditeur de chaînes et dont les caractéristiques principales sont notamment : la distribution de biens physiques ou immatériels auprès des consommateurs, la constitution de stocks de marchandises, l'achat pour revente et l'organisation de spectacles.

Les revenus qui en découlent sont constitués principalement des ventes aux consommateurs ou spectateurs. La contribution des revenus publicitaires issus des sites internet du Groupe, bien que plus marginale à ce jour pour ce secteur, est en forte croissance.

Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'attribution d'actions de performance, 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.

Résultat

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

En 2020 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifica- tions	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2020 retraité
Chiffre d'affaires hors-Groupe	386,6	59,9	29,3	81,2	0,4	557,3
Chiffre d'affaires inter-segments	6,1	0,4	41,6	0,2	(48,3)	-
Chiffre d'affaires *	392,8	60,3	70,9	81,4	(48,0)	557,3
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	66,2	(2,2)	14,4	8,2	(2,3)	84,4
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(5,8)	(0,4)	(1,2)	(0,3)	-	(7,6)
Plus-values sur cessions de participations	21,0	-	-	99,9	-	120,9
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						197,7
Résultat financier						(2,4)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(3,0)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						192,3
Impôt						(31,2)
Résultat net des activités poursuivies						161,2
Résultat net des activités cédées						-
Résultat de la période						161,2
attribuable au Groupe						161,2
attribuable aux intérêts non contrôlants						-

* dont 400,6 M€ au titre des revenus publicitaires

En 2021 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifica- tions	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2021
Chiffre d'affaires hors-Groupe	510,6	73,1	19,8	41,0	0,5	645,0
Chiffre d'affaires inter-segments	7,6	1,2	46,8	0,2	(55,8)	-
Chiffre d'affaires *	518,2	74,2	66,6	41,2	(55,3)	645,0
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	137,2	14,4	11,9	6,1	(4,5)	165,0
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1,7)	(0,4)	(1,0)	(0,3)		(3,3)
Plus-values sur cessions de participations				3,2		3,2
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						164,9
Résultat financier						(1,1)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(17,4)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						146,4
Impôt						(27,1)
Résultat net des activités poursuivies						119,3
Résultat net des activités cédées						-
Résultat de la période						119,3
attribuable au Groupe						119,2
attribuable aux intérêts non contrôlants						0,2

* dont 529,0 M€ au titre des revenus publicitaires

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

7. Autres produits et charges opérationnels

7.1. AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 25,3 M€ (contre 3,1 M€ au 30 juin 2020) et sont constitués principalement :

- du nouveau crédit d'impôt pour dépenses de création audiovisuelle et cinématographique pour 15,1 M€ ;
- des subventions d'exploitation pour 4,4 M€ (dont 1,8 M€ d'aide à la diffusion des radios), contre 1,9 M€ au 30 juin 2020 ;
- des refacturations envers les sociétés mises en équivalence pour 3,9 M€ contre 1,1 M€ au 30 juin 2020.

7.2. CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES

	30/06/2021	30/06/2020
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(153,2)	(118,6)
Consommations de stocks de marchandises	(9,5)	(23,5)
Autres services extérieurs *	(154,0)	(150,2)
Pertes de change opérationnelles	0,0	(0,3)
Autres charges	(0,4)	(0,5)
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(317,1)	(293,0)

* Les autres services extérieurs correspondent notamment aux redevances dues aux sociétés de droits d'auteurs et aux coûts de production des émissions.

7.3. DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET AUX DÉPRÉCIATIONS

	30/06/2021	30/06/2020 retraité
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(25,8)	(21,6)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(1,2)	(1,2)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(4,4)	(7,0)
Amortissements des immobilisations corporelles	(7,2)	(7,5)
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	(2,8)	(3,9)
Autres dépréciations	0,4	(2,6)
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	(4,1)
TOTAL DOTATIONS (NETTES DES REPRISES)	(41,0)	(47,9)

8. Rémunérations en actions

Plans octroyés en 2021

Conformément à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2019, deux attributions d'actions de performance ont été décidées par le Directoire du 20 avril 2021, après approbation par le Conseil de Surveillance du 20 avril 2021 :

- un plan concerne un collège de 174 bénéficiaires et porte sur 407 200 actions sous conditions de présence au 20 avril 2023 et d'atteinte d'objectifs d'EBITA consolidé en 2021 ;
- un autre plan concerne un collège de 5 bénéficiaires et porte sur 93 000 actions sous conditions de présence de deux exercices minimum. Il est attribué annuellement sur la base de conditions de performance pluriannuelles.

Évaluation à la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions de performance 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 31/12/2020	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2021
Plans d'attribution d'actions de performance	1 291 967	1 291 967	612 964	31 047	500 200	(232 544)	(15 600)	896 067
Du 25/07/2018	247 100	247 100	232 544	-	-	(232 544)	-	-
Du 30/07/2019	298 167	298 167	292 967	-	-	-	(15 600)	277 367
Du 30/07/2019	246 500	246 500	87 453	31 047	-	-	-	118 500
Du 20/04/2021	407 200	407 200	-	-	407 200	-	-	407 200
Du 20/04/2021	93 000	93 000	-	-	93 000	-	-	93 000

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.

Charge comptabilisée au 30 juin 2021

Compte tenu des données précédemment présentées et en évaluant la charge résultant des plans d'attribution d'actions de performance sur la base du nombre d'actions probablement livrées, il en résulte les impacts suivants dans le compte de résultat sur la ligne " Charges de personnel " :

Plans d'attribution d'actions de performance	Charges de personnel	
	30/06/2021	30/06/2020
Du 27/07/2017	-	(0,5)
Du 02/10/2017	-	(0,0)
Du 25/07/2018	(0,9)	(1,4)
Du 30/07/2019 (2 plans)	(1,2)	(1,2)
Du 20/04/2021 (2 plans)	(0,7)	-
CHARGE TOTALE	(2,8)	(3,2)

9. Résultat financier

	30/06/2021	30/06/2020
Produits des placements	0,2	0,0
Divers produits d'intérêts	-	0,0
Réévaluation des instruments dérivés	0,1	0,2
Produits financiers	0,3	0,2
Intérêts sur emprunts associés et banques	(1,0)	(1,1)
Intérêts sur dettes locatives	(0,2)	(0,3)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,2)	(0,2)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,2)	(0,1)
Charges financières	(1,5)	(1,7)
Autres éléments financiers	0,0	(0,9)
RÉSULTAT FINANCIER	(1,1)	(2,4)

- Les intérêts sur emprunts associés et banques s'élèvent à (1,0) M€ au 30 juin 2021 et correspondent aux intérêts sur l'emprunt obligataire Euro PP mis en place en 2017 pour financer l'achat du pôle Radio de RTL Group, et aux intérêts sur l'emprunt Schuldschein mis en place en juillet 2019 pour financer l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère. L'endettement moyen s'élève à 125,0 M€ sur le 1^{er} semestre 2021 pour un taux moyen d'endettement de 1,18 % l'an, contre 216,1 M€ et 0,9 % en 2020.
- Les intérêts sur dettes locatives correspondent à la désactualisation des dettes comptabilisées en application d'IFRS 16.
- Les autres charges financières correspondent principalement aux effets de la mise à juste valeur des actifs et passifs financiers (instruments de capitaux propres à la juste valeur par résultat).

10. Impôt sur le résultat

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

	30/06/2021	30/06/2020 retraité
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(25,4)	(28,4)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(1,7)	(2,8)
TOTAL	(27,1)	(31,2)

Le taux d'impôt sur les sociétés projeté au titre de l'exercice 2021 est de 28,41 % (correspondant au taux normal d'IS de 27,5 %, majoré de la contribution additionnelle de 3,3 %) pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français.

Le taux d'imposition différée retenu en 2021 est de 25,83 %. Il était de 28,41 % en 2020 pour les différences temporaires avec une échéance inférieure à un an et de 25,83 % pour celles avec une échéance supérieure à un an.

Au 30 juin 2021, 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.

11. Résultat par action

	30/06/2021	30/06/2020 retraité
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	119,2	161,2
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités cédées	-	-
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	119,2	161,2
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	126 156 363	125 682 350
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	500 743	626 826
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 657 106	126 309 176
Résultat par action (en euros)	0,945	1,282
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	0,945	1,282
Résultat dilué par action (en euros)	0,941	1,276
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	0,941	1,276

* 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 de performance accordées lors des plans du 30 juillet 2019 et du 20 avril 2021.

Le nombre d'actions potentiellement dilutives est de 500 743 au 30 juin 2021 : sur cette base, l'effet dilutif sur le résultat par action représente 0,4 centime d'euro par titre.

12. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2021	30/06/2020
Déclarés et versés au cours du semestre	189,4	-
Nombre d'actions en circulation en milliers	126 278	125 670
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	1,50	-

13. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (distribution et négoce)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Goodwill	Total 30/06/2021
Au 1 ^{er} janvier 2021, net des dépréciations et amortissements	26,8	3,9	12,8	43,5	209,8	282,2	535,5
Acquisitions	24,6	0,6	7,6	32,8	5,1	-	37,9
Cessions	(12,3)	-	-	(12,3)	(0,8)	-	(13,0)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	(0,0)	(0,8)	(0,8)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	3,1	15,8	(3,5)	15,4	0,0	-	15,4
Dotations aux amortissements 2021	(23,4)	(2,9)	-	(26,3)	(4,4)	-	(30,7)
Dépréciations	(2,4)	1,8	(0,1)	(0,7)	-	-	(0,7)
Reprises d'amortissements sur cessions	12,3	-	-	12,3	0,8	-	13,0
Reprises d'amortissements sur acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	0,0	-	0,0
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	-	(14,5)	-	(14,5)	-	-	(14,5)
Au 30 juin 2021, net des dépréciations et amortissements	28,7	4,7	16,9	50,2	210,5	281,4	542,2
Au 1 ^{er} janvier 2021							
Valeur brute	1 034,9	766,8	17,2	1 818,9	323,3	312,0	2 454,2
Amortissements et dépréciations cumulés	(1 008,1)	(762,9)	(4,4)	(1 775,4)	(113,5)	(29,9)	(1 918,7)
MONTANT NET AU 1^{er} JANVIER 2021	26,8	3,9	12,8	43,5	209,8	282,2	535,5
Au 30 juin 2021							
Valeur brute	1 050,3	783,2	21,3	1 854,8	327,7	311,3	2 493,8
Amortissements et dépréciations cumulés	(1 021,6)	(778,5)	(4,5)	(1 804,6)	(117,1)	(29,9)	(1 951,6)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2021	28,7	4,7	16,9	50,2	210,5	281,4	542,2

Les "autres immobilisations incorporelles" correspondent notamment aux marques, aux licences (y compris les licences FM des stations RTL, RTL 2 et Fun Radio), aux logiciels informatiques et aux relations clients reconnues au titre de l'acquisition du pôle Radio et du pôle Jeunesse TV.

Hormis les licences apportées par RTL France Radio, les licences reconnues sur RTL2 et Fun Radio, les marques Fun Radio, Gulli, Canal J, Tiji, l'ensemble des autres immobilisations incorporelles a la nature d'actif amortissable.

14. Goodwill

Évolution

Les goodwill ont évolué comme suit au cours du premier semestre 2021 :

	30/06/2021	31/12/2020
À l'ouverture, net des pertes de valeur	282,2	299,8
Acquisitions	-	0,4
Cessions	(0,8)	(13,9)
Autres mouvements	-	-
Pertes de valeur	-	(4,1)
À la clôture	281,4	282,2
À l'ouverture		
Valeurs brutes	312,0	332,1
Cumul des pertes de valeur	(29,9)	(32,4)
MONTANT NET	282,2	299,8
À la clôture		
Valeurs brutes	311,3	312,0
Cumul des pertes de valeur	(29,9)	(29,9)
MONTANT NET	281,4	282,2

La principale variation du semestre reflète les cessions de M6 Hosting et du portail Mindbaz au sein de l'UGT Digital Services pour 0,8 M€.

Répartition

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

Valeur nette		30/06/2021	31/12/2020
Télévision			
	Télévision	164,5	164,5
	Autres	-	-
Radio		99,4	99,4
Production et Droits Audiovisuels			
	Droits Audiovisuels	5,3	5,3
Diversifications			
	Digital Services	1,4	2,2
	Interactions	5,7	5,7
	Téléachat	5,1	5,1
Total		281,4	282,2

- L'UGT Télévision regroupe l'ensemble des activités de télévision linéaire du groupe, aussi bien en clair que payante, et intègre donc les chaînes de l'ex-pôle Jeunesse TV ;
- L'UGT Autres intègre les entités Ctzar et Sociaddict spécialisées dans le marketing d'influence ;
- L'UGT Radio intègre l'ensemble du pôle Radio français de RTL Group acquis en 2017 ;
- L'UGT Droits Audiovisuels correspond aux activités de production et de distribution de droits audiovisuels tout au long de leur cycle de vie et intègre Société Nouvelle de Distribution (SND), les sociétés de catalogues de droits audiovisuels qui ont été fusionnées dans SND en 2019 et la société Epithète Films acquise le 1^{er} juillet 2020 ;
- L'UGT Digital Services intègre les activités « pure player digital » du Groupe ;
- L'UGT Interactions correspond aux activités d'édition musicale, d'événementiel, de spectacle et d'édition, et intègre les entités M6 Interactions, M6 Evénements et M6 Editions ;
- L'UGT Téléachat correspond aux activités de distribution de produits issus du téléachat intègre les entités Best of TV et Best of TV Benelux.

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. Aucun indice de cette nature n'a été identifié au cours du premier semestre 2021.

15. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Droits d'utilisation des actifs loués	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2021
Au 1 ^{er} janvier 2021, net des dépréciations et amortissements	19,1	54,0	24,4	26,2	7,2	1,3	132,1
Acquisitions	-	0,0	-	1,8	0,7	2,5	5,1
Cessions	-	-	(2,8)	(1,0)	(0,6)	-	(4,4)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	(1,4)	(0,0)	(1,4)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	-	-	0,1	0,0	0,0	(0,0)	0,1
Dotations aux amortissements 2021	-	(1,8)	(2,8)	(3,9)	(1,5)	-	(10,0)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-	-
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	2,7	0,9	0,5	-	4,1
Reprises d'amortissements sur acquisition/cession de filiales	-	-	-	-	1,2	-	1,2
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	-	-	-	-	-	-	-
Au 30 juin 2021, net des dépréciations et amortissements	19,1	52,3	21,7	24,0	6,1	3,7	126,9
Au 1 ^{er} janvier 2021							
Valeur brute	19,1	118,8	35,2	101,8	34,9	1,3	311,1
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(64,8)	(10,8)	(75,6)	(27,7)	-	(178,9)
MONTANT NET AU 1^{er} JANVIER 2021	19,1	54,0	24,4	26,2	7,2	1,3	132,1
Au 30 juin 2021							
Valeur brute	19,1	118,8	32,6	102,6	33,6	3,7	310,5
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(66,6)	(10,8)	(78,7)	(27,5)	-	(183,6)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2021	19,1	52,3	21,7	24,0	6,1	3,7	126,9

16. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2021
Au 1 ^{er} janvier 2021, net des dépréciations	263,9	6,1	270,0
Acquisitions	167,9	14,6	182,5
Acquisitions de filiales			
Cession de filiales			
Consommations	(139,6)	(10,8)	(150,5)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2021	2,5	0,1	2,7
Reclassement			
Au 30 juin 2021, net des dépréciations	294,7	9,9	304,6
Au 1 ^{er} janvier 2021			
Coût ou juste valeur	441,9	8,0	449,8
Cumul des dépréciations	(178,0)	(1,9)	(179,9)
Montant net au 1^{er} janvier 2021	263,9	6,1	270,0
Au 30 juin 2021			
Coût ou juste valeur	470,2	11,7	481,8
Cumul des dépréciations	(175,5)	(1,7)	(177,2)
Montant net au 30 juin 2021	294,7	9,9	304,6

17. 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	31/12/2020	Quote-part de résultat	Perte de valeur	Variation de périmètre	Dividendes versés	Reclassement	30/06/2021
Participations dans les coentreprises		16,6	(16,7)	-	-	(1,7)	13,3	11,4
Série Club	50,0%	1,9	0,6	-	-	(1,7)	-	0,8
Panora Services	50,0%	0,4	(0,0)	-	-	-	-	0,4
Salto SNC	33,3%	-	(13,3)	-	-	-	13,3	-
Salto Gestion SAS	33,3%	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0
Bedrock	50,0%	14,2	(3,9)	-	-	-	0,0	10,3
Participations dans les entreprises associées		105,6	0,4	-	5,0	(2,9)	(0,4)	107,6
Quicksign	23,9%	0,4	0,2	-	-	-	-	0,5
Stéphane Plaza France	49,0%	6,8	1,8	-	-	(2,9)	-	5,7
Elephorm	34,0%	2,9	0,1	-	-	-	-	3,0
Wild Buzz Agency	40,0%	0,2	0,0	-	-	-	-	0,3
Global Savings Group	41,5%	95,2	(2,8)	-	5,0	-	(0,4)	97,1
PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES		122,2	(17,4)	-	5,0	(4,6)	12,9	118,0

Global Savings Group

Sur le 1^{er} semestre 2021, le Groupe a participé à l'augmentation de capital de Global Savings Group et a racheté partiellement les parts des fondateurs pour 5,0 M€. Au 30 juin 2021, M6 Digital Services détient 41,5% du capital de Global Savings Group.

Salto

Le reclassement de 13,3 M€ correspond à la fraction de la perte du semestre qui est imputée à l'avance en compte-courant de 28,2 M€ (considérée comme une composante de la quote-part d'investissement du Groupe dans la société) consentie à cette dernière.

18. Instruments financiers

18.1. ACTIFS FINANCIERS

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2020 et au 30 juin 2021 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

31/12/2020					Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	4,3	-	4,3	4,3	2,6	1,7	-
Autres actifs financiers non courants	23,7	-	23,7	23,7	0,6	-	23,1
Créances clients	377,3	(16,9)	360,5	360,5	-	-	360,5
Autres actifs financiers courants	12,1	(0,3)	11,8	11,8	-	-	11,8
Autres actifs courants	194,6	(0,9)	193,6	193,6	-	-	193,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	197,0	-	197,0	197,0	5,7	-	191,3
ACTIFS	809,0	(18,0)	791,0	791,0	8,9	1,7	780,4

30/06/2021					Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	3,6	-	3,6	3,6	1,9	1,7	-
Autres actifs financiers non courants	31,4	-	31,4	31,4	0,6	-	30,8
Créances clients	369,8	(16,2)	353,6	353,6	-	-	353,6
Autres actifs financiers courants	3,1	(0,3)	2,8	2,8	-	-	2,8
Autres actifs courants	177,4	(0,9)	176,5	176,5	-	-	176,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	140,8	-	140,8	140,8	6,4	-	134,3
ACTIFS	726,1	(17,4)	708,7	708,7	9,0	1,7	698,1

Instruments de capitaux propres

Les instruments de capitaux propres sont constitués des titres de participation détenus par le Groupe dans des sociétés non consolidées et des créances qui s'y rattachent directement.

La position au bilan est la suivante :

				Juste valeur		Évaluation	
	Devise de Référence	% de détention		30/06/2021	31/12/2020	Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global
2CED	Euro (€)	15,3%		1,8	1,8	1,8	-
Médiamétrie	Euro (€)	2,7%		1,0	1,0	-	1,0
Youmiam	Euro (€)	11,2%		-	0,7	-	-
Life TV	Euro (€)	12,5%		-	-	-	-
Alliance Gravity Data Média	Euro (€)	11,1%		0,4	0,4	-	0,4
European News Exchange	Euro (€)	20,0%		0,1	0,1	-	0,1
Fun Radio Belgique	Euro (€)	25,0%		0,1	0,1	-	0,1
Media Square	Euro (€)	8,3%		0,1	0,1	-	0,1
Cosmos	Euro (€)	16,7%		0,0	0,0	-	0,0
Mesrideaux	Euro (€)	5,3%		0,1	0,1	0,1	-
Autres	Euro (€)	-		0,0	0,0	-	0,0
TOTAL DES INSTRUMENTS DE CAPITAUX PROPRES				3,6	4,3	1,9	1,7

Autres actifs financiers

La position au bilan est la suivante :

	30/06/2021	31/12/2020
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	17,7	9,9
Obligations convertibles	3,8	3,8
Dépôts de garantie et autres avances en comptes courants	3,3	3,4
Créances sur cessions de filiales	6,0	6,0
Autres actifs financiers	0,6	0,6
AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS	31,4	23,7
Créances sur cessions de filiales	2,8	11,8
Autres actifs financiers	0,0	0,0
AUTRES ACTIFS FINANCIERS COURANTS	2,8	11,8

La hausse des autres actifs financiers reflète l'augmentation des avances en compte courant consenties à Bedrock et Salto.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 140,8 M€ au 30 juin 2021 contre 197,0 M€ au 31 décembre 2020.

Les comptes et dépôts à terme sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évalués à leur juste valeur (juste valeur par résultat).

En application de la politique de placement décrite en note 19.3 du document d'enregistrement universel 2020, la quasi-intégralité des sommes est placée en comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité "investment grade".

18.2. PASSIFS FINANCIERS

Les différentes catégories de passifs financiers aux 31 décembre 2020 et 30 juin 2021 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2020				
	Ventilation par catégorie d'instruments				
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat ou capitaux propres	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	126,2	126,2	-	126,2	-
Dettes locatives non courantes	22,2	22,2	-	22,2	-
Autres passifs financiers non courants	2,8	2,8	-	2,8	-
Autres dettes non courantes	0,5	0,5	-	0,5	-
Dettes financières courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes locatives courantes	5,6	5,6	-	5,6	-
Instruments financiers dérivés	0,2	0,2	-	-	0,2
Autres passifs financiers courants	4,3	4,3	-	4,3	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	384,3	384,3	-	384,3	-
Autres dettes d'exploitation	12,9	12,9	-	12,9	-
Dettes fiscales et sociales	121,4	121,4	-	121,4	-
Dettes sur immobilisations courantes	21,1	21,1	-	21,1	-
PASSIFS	702,3	702,3	-	702,1	0,2

	30/06/2021		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat ou capitaux propres	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	126,2	126,2	-	126,2	-
Dettes locatives non courantes	19,9	19,9	-	19,9	-
Autres passifs financiers non courants	-	-	-	-	-
Autres dettes non courantes	0,2	0,2	-	0,2	-
Dettes financières courantes	1,6	1,6	-	1,6	-
Dettes locatives courantes	5,0	5,0	-	5,0	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-
Autres passifs financiers courants	7,2	7,2	-	7,2	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	394,9	394,9	-	394,9	-
Autres dettes d'exploitation	22,1	22,1	-	22,1	-
Dettes fiscales et sociales	102,6	102,6	-	102,6	-
Dettes sur immobilisations courantes	16,0	16,0	-	16,0	-
PASSIFS	695,7	695,7	-	695,7	-

Dettes financières

Les positions d'endettement sont les suivantes :

	30/06/2021	31/12/2020
Dettes bancaires et obligataires	126,1	126,1
Autres	0,1	0,1
TOTAL DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	126,2	126,2
Dettes bancaires et lignes de crédits	1,6	0,7
TOTAL DETTES FINANCIÈRES COURANTES	1,6	0,7

Dettes financières non courantes :

Elles sont constituées :

- de l'emprunt obligataire Euro PP de 50,0 M€ émis le 28 juillet 2017, qui porte intérêt au taux annuel de 1,5 % pour un remboursement in fine à échéance 7 ans (1^{er} août 2024) ;
- et de l'emprunt Schuldschein de 75,0 M€ émis le 24 juillet 2019, composé d'une ligne de 65,0 M€ au taux fixe de 1,0% et d'une ligne de 10,0 M€ au taux variable Euribor 6 mois majoré d'une marge de 1,0% (soit un taux de 1,0% au 30 juin 2021) ;
- d'un prêt garanti par l'Etat de 0,8 M€ mis en place en septembre 2020 au profit de la société Ctzar.

Dettes financières courantes

Le groupe dispose de trois lignes de crédit bancaire renouvelables pour un montant total de 180,0 M€, afin de se prémunir contre le risque de liquidité tel que décrit en note 19.2 du document d'enregistrement universel 2020.

Au 30 juin 2021, ces lignes ne sont pas tirées (elles ne l'étaient pas non plus au 31 décembre 2020).

Par ailleurs, le Groupe dispose d'une ligne de crédit auprès de son actionnaire principal (Bayard d'Antin) pour un tirage maximal de 50,0 M€. Au 30 juin 2021, cette ligne n'est pas tirée.

Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers courants de 7,2 M€ incluent la dette relative aux deux contrats d'achat à terme de 300 000 et 200 000 actions propres, avec comme échéances respectives les 30 juillet 2021 et 31 mars 2022.

18.3. 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
31/12/2020			
Instruments de capitaux propres	-	-	4,3
Autres actifs financiers non courants	-	0,6	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	5,7	-
ACTIFS	-	6,3	4,3

	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
30/06/2021			
Instruments de capitaux propres	-	-	3,6
Autres actifs financiers non courants	-	0,6	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	6,4	-
ACTIFS	-	7,0	3,6

19. Actions composant le capital de Métropole Télévision

(en milliers)	Actions ordinaires émises	Titres autodétenteurs	Actions en circulation
NOMBRE D' ACTIONS AU 1^{ER} JANVIER 2020	126 414	696	125 718
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	(296)	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	23	-
NOMBRE D' ACTIONS AU 31 DÉCEMBRE 2020	126 414	422	125 991
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	(233)	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	(45)	-
NOMBRE D' ACTIONS AU 30 JUIN 2021	126 414	145	126 269

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

Quatre plans d'attribution d'actions de performance, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2021 (cf. note 8 - *Rémunérations en actions*).

La livraison de ces actions de performance 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 500 000 titres (cf. note 18.2 - *Passifs financiers*) et par les actions propres détenues dans le cadre du contrat de liquidité.

20. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le premier semestre 2021 :

	Provisions pour retraite	Provisions pour restructuration	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1 ^{er} janvier 2021	42,8	-	15,9	6,2	9,8	74,8
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	(0,0)	-	-	-	-	(0,0)
Dotation de la période	1,4	-	3,3	0,5	3,0	8,2
Utilisation	(0,2)	-	(1,1)	(5,1)	(1,2)	(7,6)
Reprise non utilisée	(0,3)	-	(2,0)	-	(0,2)	(2,5)
Autres variations	(1,8)	-	-	-	-	(1,8)
Au 30 juin 2021	41,9	-	16,1	1,7	11,4	71,1
Courant au 1 ^{er} janvier 2021	-	-	15,9	6,2	9,8	32,0
Non courant au 1 ^{er} janvier 2021	42,8	-	-	-	-	42,8
TOTAL	42,8	-	15,9	6,2	9,8	74,8
Courant au 30 juin 2021	-	-	16,1	1,7	11,4	29,2
Non courant au 30 juin 2021	41,9	-	-	-	-	41,9
TOTAL	41,9	-	16,1	1,7	11,4	71,1

Aux 30 juin 2021 et 31 décembre 2020, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2021	31/12/2020
Télévision	40,1	43,4
Radio	21,7	23,2
Production et Droits Audiovisuels	3,9	3,8
Diversifications	5,4	4,3
Autres	0,1	0,1
TOTAL	71,1	74,8

- Les provisions pour retraite 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 %	30/06/2021	31/12/2020
Taux d'actualisation	1,20	0,90
Augmentations de salaires futures *	2,67	2,67
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 durée et des caractéristiques du régime.

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

	30/06/2021	31/12/2020
Obligation à l'ouverture	42,8	45,0
Coût du service courant	1,2	2,7
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,2	0,3
Réductions	(0,3)	(0,3)
Prestations versées	(0,2)	(1,3)
Modification de régime	-	(0,3)
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse financière	(1,8)	(1,0)
Écarts actuariels - Effet d'expérience	-	(1,1)
Variation de périmètre	(0,0)	(1,2)
OBLIGATION À LA CLÔTURE	41,9	42,8

- 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 cour de 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 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.

Dans tous les cas, les dépréciations sont appréciées et définies en concertation avec les directions des programmes des chaînes du Groupe, dans le cadre d'une revue de portefeuille, titre par titre, au regard des objectifs d'audience attachés à chaque programme et de la ligne éditoriale.

- 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 les 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.

21. Parties liées

Les transactions avec les parties liées sont de même nature que celles décrites dans la note 25 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2020.

22. Événements post clôture

À la connaissance de la Société, aucun événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2021 susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité et le patrimoine de la Société et du Groupe.



6

ADDITIONAL INFORMATION

6.1 STATUTORY AUDITORS'
REPORT (FRENCH
VERSION ONLY)

65

6.2 STATEMENT OF
PERSON RESPONSIBLE

66

6.1 STATUTORY AUDITORS' REPORT (FRENCH VERSION ONLY)

KPMG S.A.

Tour Egho - 2, avenue Gambetta - CS 60055
92066 Paris-La Défense Cedex

ERNST & YOUNG et Autres

Tour First - TSA 14444
92037 Paris - La Défense Cedex

Métropole Télévision

Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2021

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle

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 condensés de la société Métropole Télévision, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2021, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

La crise mondiale liée à la pandémie de Covid-19 crée des conditions particulières pour la préparation et l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés. En effet, cette crise et les mesures exceptionnelles prises dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire induisent de multiples conséquences pour les entreprises, particulièrement sur leur activité et leur financement, ainsi que des incertitudes accrues sur leurs perspectives d'avenir. Certaines de ces mesures, telles que les restrictions de déplacement et le travail à distance, ont également eu une incidence sur l'organisation interne des entreprises et sur les modalités de mise en œuvre de nos travaux.

Ces comptes semestriels consolidés condensés ont été établis sous la responsabilité du 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 obtenue 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.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés condensés 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.

Paris-La Défense, le 27 juillet 2021

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit

Grégoire Menou

Xavier Troupel

ERNST & YOUNG et Autres

François-Guillaume Postel

6.2 STATEMENT OF 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 enclosed half-year report 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, 27 July 2021

Nicolas de Tavernost

Chairman of the executive board

Conception et Réalisation



pomelo-paradigm.com/pomdocpro/

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance

au capital de 50 565 699,20 €

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

Tél. : 01 41 92 66 66
internet : www.groupem6.fr

339 012 452 RCS Nanterre

Siret : 339 012 452 00084

APE : 6020 A



**SURPRISING,
THRILLING,
SHARING**

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE - 92200 NEUILLY-SUR-SEINE - FRANCE

☎ +33 (0)1 41 92 66 66 - www.groupeM6.fr