



GROUPE



ON AIR



HALF YEAR FINANCIAL REPORT

JUNE 2022

2022



MÉTROPOLÉ TÉLÉVISION

1	M6 GROUP PRESENTATION	5	4	HALF-YEAR FINANCIAL REPORT	28
1.1	Key figures	6	4.1	Consolidated statement of comprehensive income	29
1.2	Group structure	8	4.2	Consolidated statement of financial position	32
1.3	Data on the Group's main markets and operations	10	4.3	Consolidated cash flow statement	33
1.4	Other highlights and significant events in the first half of 2022	17	4.4	Related parties	33
1.5	Risk factors and management	19	4.5	Post-balance sheet events	33
1.6	Workforce	20			
			5	2022 FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES	35
2	CORPORATE GOVERNANCE	23	5.1	Condensed consolidated financial statements for the six months to 30/06/2022	36
2.1	Supervisory Board	23	5.2	Notes to the condensed consolidated financial statements	42
2.2	Executive Board	23			
3	SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE	25	6	ADDITIONAL INFORMATION	58
			6.1	Statutory auditors' report	59
			6.2	Statement of person responsible	60



HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

Half-year ended 30 June 2022

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 second largest commercial channel in the French market), radio (3 stations including RTL, the leading commercial 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, digital marketing, 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 remaining one step ahead, 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 2022, prepared in accordance with the provisions of Articles L. 451 -1-2 III of the French 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.



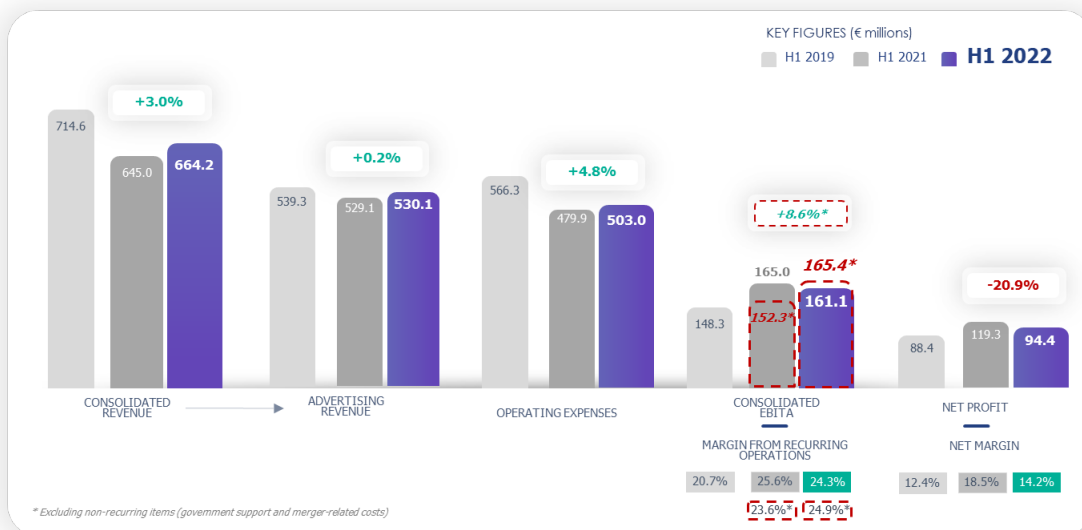
1

M6 GROUP PRESENTATION

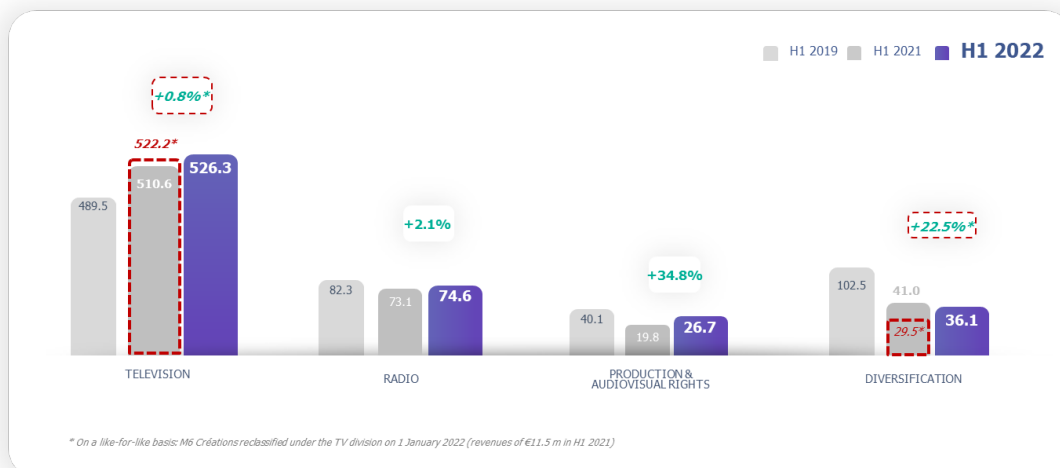
1.1	KEY FIGURES	6	1.5	RISK FACTORS AND MANAGEMENT	19
1.2	GROUP STRUCTURE	8	1.5.1	Risks and uncertainties regarding the first half of the year	19
1.3	DATA ON THE GROUP'S MAIN MARKETS AND GROUP OPERATIONS	10	1.5.2	Risks and uncertainties regarding the second half of the year	19
1.3.1	Television	10	1.6	WORKFORCE	20
1.3.2	Radio	14	1.6.1	Breakdown of M6 Group workforce by type of contract	20
1.3.3	Production and Audiovisual Rights	15	1.6.2	Breakdown of workforce by division	20
1.3.4	Diversification	16			
1.4	OTHER HIGHLIGHTS AND SIGNIFICANT EVENTS IN THE FIRST HALF OF 2022	17			

1.1 KEY FIGURES

FURTHER INCREASE IN OPERATING MARGIN



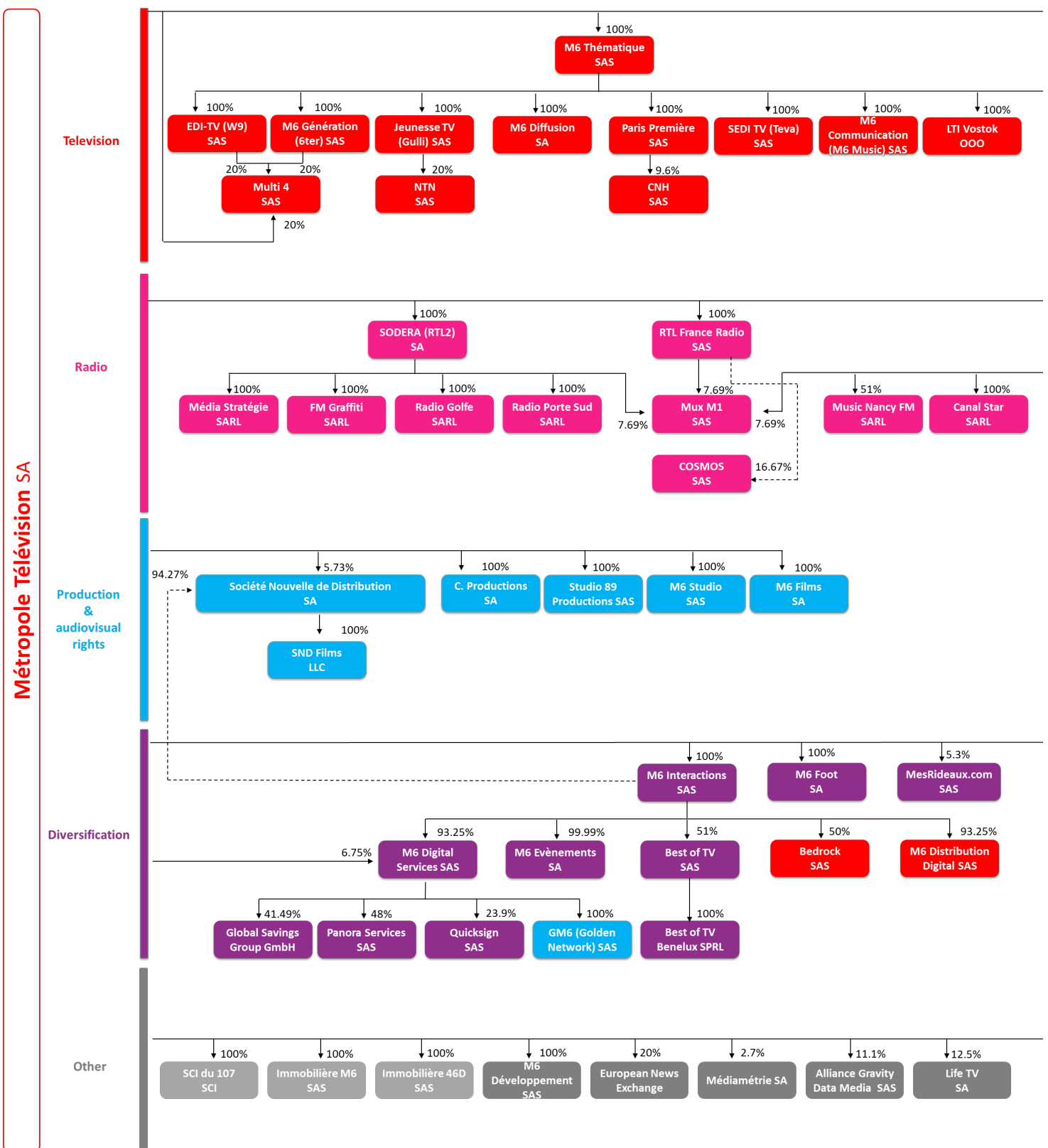
SALES GROWTH BY SEGMENT

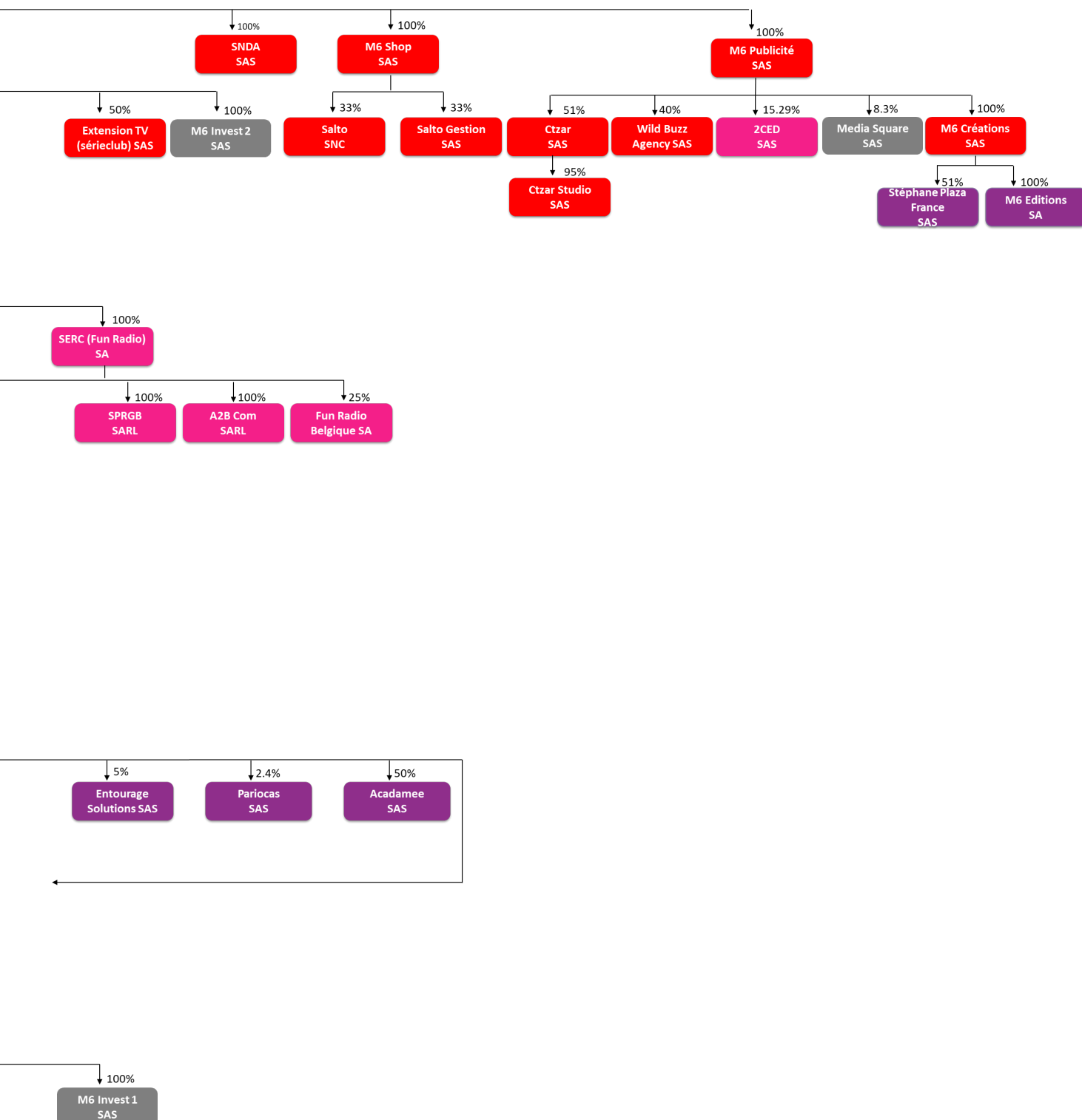


EBITA GROWTH BY SEGMENT

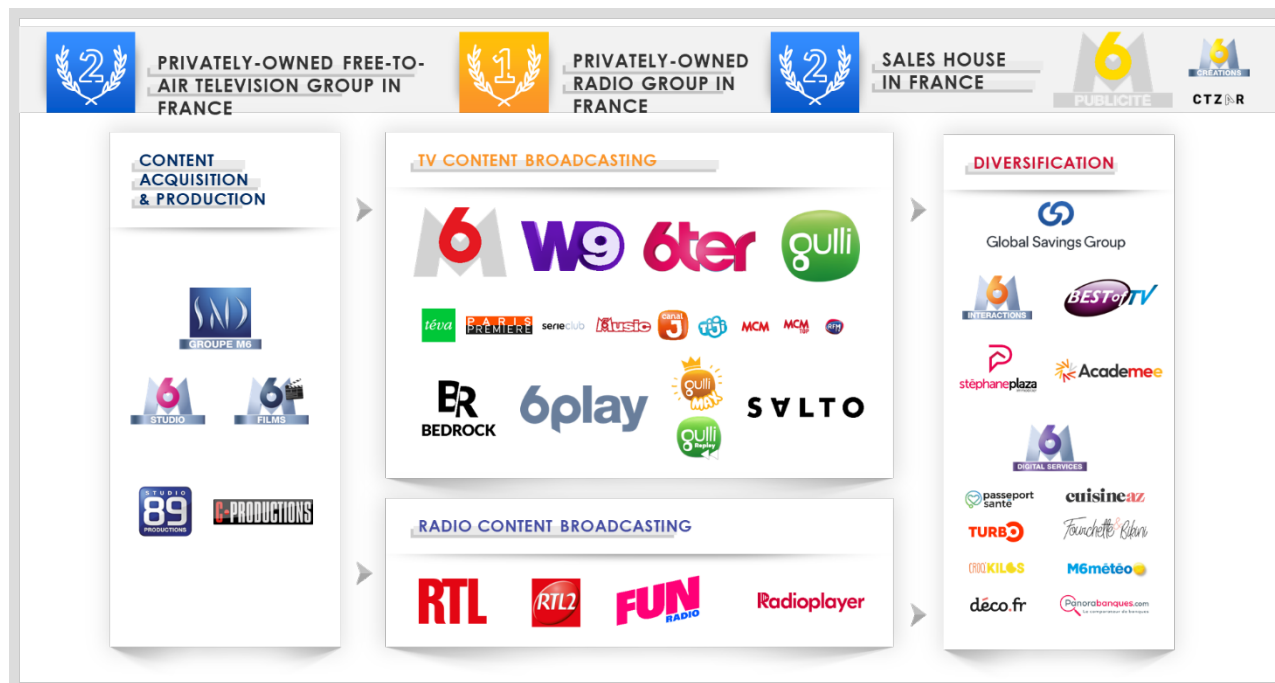


1.2 GROUP STRUCTURE





1.3 DATA ON THE GROUP'S MAIN MARKETS AND OPERATIONS



1.3.1 Television

EQUIPMENT

At the end of the 4th quarter of 2021, 90.9% of French households had a television set¹. It remains the most popular screen in households, ahead of desktops (owned by 85.8% of households), smartphones (79.7% of over 11s) and tablets (47.3% of households). The average number of screens was 5.7 per household.

Furthermore, of the households with a television, 62.9% receive TV via IPTV (broadband / fibre-optic), a figure that rose 2.4 percentage points year-on-year, notably thanks to the rollout of fibre optic, enabling this reception mode to confirm its position as leader, and 45.3% of households receive television via DTT. 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 2021 highlighted the fact that 81% of households have televisions that are connected to the Internet (stable year-on-year). Other than linear consumption, the most common use for connected TVs remains the viewing of OTT video content (via subscription to on-demand video services or video sharing platforms) and catch-up TV. The first is particularly popular on Smart TVs and via OTT

boxes, with the set-top box supplied by Internet service providers remaining the second most popular.

More generally, there is growth in the consumption of content, whether linear or non-linear, that doesn't necessarily require a television set. In this regard, the proportion of households without a TV set has risen 2.5 percentage points in three years.

INDIVIDUAL VIEWING TIME

Over the first six months of 2022, Average Television Viewing Time on a TV screen stood at 3 hours 22 minutes per day for all viewers², a year-on-year decline of 24 minutes or 11%. In comparison with pre-pandemic levels (H1 2019), it declined 7 minutes while the time spent using the TV screen for other purposes (SVOD and video sharing platforms, video games, radio, DVDs, etc.) has increased by 14 minutes in three years to stand at 56 minutes a day.

Across the four screen types, Television Viewing Time stood at 3 hours 16 minutes per day across the entire viewing public. It remains the most popular type of use³ (2 hours 27 minutes), YouTube (38 minutes) and SVOD platforms (32 minutes).

1 Source: CSA – Monitoring household audiovisual equipment – second half of 2021

2 Daily TV screen viewing time per person with a TV

3 Social media, online browsing, video games, DVDs, etc.

Data on the Group's main markets and operations

Amongst 15-34 year olds, other uses prevail, with a daily usage of 3 hours 6 minutes, against 1 hour 19 minutes for Television, 1 hour 12 minutes for YouTube and 48 minutes for SVOD platforms. Faced with a diversification in consumption patterns, M6 Group is embedding its offers in all markets. As such, it operates in linear TV with its free-to-air and pay

channels, in AVOD with 6play, and in SVOD with Salto. In addition, it has signed agreements with the social media platforms Facebook and Snapchat to increase its exposure to younger generations.

AUDIENCE RATINGS¹

TV market

In the first half of 2022, the traditional channels lost market share, with a 59.0% audience share (4+ year-olds) compared with 60.3% in the first half of 2021. However, they achieved higher levels than in the first halves of 2020 and 2019.

Free-to-air DTT channels achieved a 31.9% audience share over the first six months of 2022 compared with 30.6% over the first half of 2021, representing a markedly higher market share year-on-year. The share recorded by the pay TV channels was stable at 9.1%.

4+ national audience share:

%	H1 2022	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016
M6	8.7%	9.4%	8.9%	8.8%	9.1%	9.5%	10.1%
TF1	18.6%	19.9%	19.1%	19.4%	20.1%	19.9%	20.8%
France 2	14.7%	14.4%	14.1%	13.6%	13.2%	12.6%	13.5%
France 3	9.3%	9.1%	9.1%	9.1%	9.5%	8.7%	8.9%
Canal+	1.2%	1.2%	1.3%	1.3%	1.3%	1.1%	2.1%
France 5	3.7%	3.3%	3.6%	3.7%	3.6%	3.7%	3.4%
Arte	2.9%	2.9%	2.8%	2.5%	2.4%	2.1%	2.3%
TOTAL Traditional channels audience share	59.0%	60.3%	58.7%	58.4%	59.1%	57.6%	61.2%
W9	2.4%	2.5%	2.7%	2.6%	2.7%	2.7%	2.4%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share *	22.3%	21.1%	21.6%	21.6%	21.3%	23.5%	21.5%
6ter	1.6%	1.6%	1.7%	1.8%	1.6%	1.6%	1.3%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share	9.6%	9.5%	9.6%	9.7%	9.2%	8.9%	7.2%
TOTAL Cable and satellite channels audience share	9.1%	9.1%	10.1%	10.3%	10.4%	10.0%	10.1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* including Franceinfo and LCI since 2017

On the commercial target, the same trend was in evidence, with the traditional channels losing 1.0% of their audience share, which went in full to the DTT channels.

The traditional channels nevertheless remained at a higher level than in the first halves of 2020 and 2019.

WRP<50 national audience share:

%	H1 2022	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016
M6	14.4%	15.1%	14.1%	14.3%	14.6%	15.2%	15.8%
TF1	22.3%	22.5%	21.5%	22.0%	22.3%	21.9%	22.5%
France 2	9.1%	9.4%	8.5%	8.4%	8.4%	8.1%	8.6%
France 3	3.5%	3.5%	3.4%	3.5%	4.2%	3.5%	3.7%
Canal+	1.1%	1.0%	1.3%	1.1%	1.0%	0.8%	1.9%
France 5	1.6%	1.4%	1.8%	1.9%	2.1%	2.1%	2.0%
Arte	1.1%	1.1%	1.2%	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%
TOTAL Traditional channels audience share	53.0%	54.0%	51.6%	52.2%	53.6%	52.4%	55.4%
W9	3.5%	3.9%	3.9%	4.0%	3.9%	4.1%	3.7%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share *	26.2%	25.6%	25.7%	26.0%	25.6%	28.2%	26.4%
6ter	2.7%	2.5%	2.8%	2.8%	2.6%	2.5%	2.2%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share	10.3%	9.9%	10.7%	10.3%	9.6%	9.1%	8.1%
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.5%	10.5%	12.0%	11.5%	11.2%	10.3%	10.1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* including Franceinfo and LCI since 2017

Audience performance of Group channels

Within an environment full of current events (Winter Olympics, war in Ukraine, French presidential and legislative elections) benefiting public broadcasters and news channels, and facing a challenging base effect due to the broadcast of Euro 2020 in June 2021, M6 Group's four free-to-air channels achieved an average audience share of 13.9% across the entire viewing public in the first half of 2022 (down 0.8 pp year-on-year), and of 22.4% amongst women under 50 responsible for purchasing (down 0.7 pp year-on-year).

Within this context, the Group's channels have strengthened their appeal in the strategic primetime slot (9.10pm-11.00pm), achieving their best ever half-year performance on the commercial target, with a 27.2% cumulative audience share, a year-on-year increase of 0.7 pp.

1 Source: Médiamétrie (unless otherwise specified)

M6

The M6 channel retained its position as the second largest national channel on the commercial target across the entire day with an audience share of 14.4%.

In primetime (9.10pm-11pm), M6's enduring entertainment brands continued to have an impact, in particular *Mariés au premier regard*, which achieved its highest ever score with a 32% audience share amongst WRP<50 (and an average of 3.0 million viewers), *Top Chef* (3.0 million and 27% WRP<50), and *Pékin Express* (2.6 million and 26% WRP<50).

The channel also managed to innovate, in particular with the successful launch of a new lifestyle magazine series, *Mission Travaux* (22% WRP<50). Out of the new brands, *Qui veut être mon associé* confirmed its success during its second season, with an audience share of 19% for WRP<50 and 31% amongst 15-34 year olds.

M6 also benefited from its long-term partnership with the men's national football team, reflected by the success of the League of Nations matches in June (5.7 million viewers for France v Denmark and 5.6 million for Croatia v France). The channel also intends to continue investing in premium and event-based content. To this end, and for the first time in its history, it will be the official free-to-air broadcaster of the League of Nations final from 2025.

Thanks in particular to its performance over the course of this half-year, M6 achieved its best season in 10 years in primetime with WRP<50, with an average audience share of 19.6%.

Based on its values of authenticity, creativity and close ties, M6 has a special relationship with the French people, who have once again voted it their "favourite channel"¹. M6 is also recognised as the channel that offers the most new shows and is most responsible for promoting conversations between people and their families. And according to the latest TV Mag/Opinionway survey, viewers also feel a close connection to its leading talents - five M6 presenters feature in the Top 10 most popular personalities chose by French viewers, including Stéphane Plaza as their favourite male presenter and Karine Le Marchand as their favourite female.

W9

Over the first half of 2022, W9 consolidated its ranking as the second largest DTT channel amongst WRP<50 throughout the entire day, with a 3.5% audience share.

In primetime (9.10pm-11pm), W9 recorded its best performance in four years on the commercial target, with an audience share 3.9%. It offers the strongest range of ongoing magazine programmes in primetime on DTT, with *Enquête d'action* and *Enquêtes criminelles*, both produced in-house by C Productions.

It is also the leading DTT channel for the broadcast of sporting events, benefiting in the first half-year from the success of the Europa League and the Europa Conference League, which attracted up to 1.8 million viewers for PAOK FC - Marseille. W9 is also the official broadcaster of the France women's football team, which achieved an average audience of 0.9 million viewers for each match in the first half-year.

Lastly, W9 has one of the strongest film line-ups on DTT. Over the first half-year, it showed *London Has Fallen* (1.5 million viewers), *Sister Act 2* (1.5 million), *Die Hard 4* (1.4 million) and *Iron Man* (1.2 million), amongst others. Over the entire half-year, 15 films exceeded the 1 million viewer mark.

1 IFOP Survey April 2022, Survey on Image of TV Channels

2 Audience share 4-10 year olds - Wed/ Sat/Sun from 9am-12pm

6TER

With its varied range of programmes for the whole family, 6ter consolidated its position as the most popular new generation DTT channel for WRP<50, with its audience share standing at 2.7% over the first half of 2022, a year-on-year increase of 0.2 pp.

In primetime (9.10pm-11pm), 6ter achieved a record on the commercial target, with an audience share of 2.5%. It benefited in particular from its stronger range of fiction, with 18 films attracting more than 0.5 million viewers, including *Crocodile Dundee II* (1.1 million), *The Jungle Book* (1.0 million), *Beauty and the Beast* (0.8 million) and *Moana* (0.8 million). In addition, regular evenings dedicated to *Kaamelott*, posted growth, achieving an average WRP<50 audience share of 3.9% every Monday.

The channel also stood out with the success of its productions and magazines. In its second season, *Les Reines de la route* attracted an average of 0.6 million viewers for new episodes, with a growing WRP<50 audience share of 3.3%, up 0.4 percentage points year-on-year.

GULLI

Gulli was the top children's channel in France over the first half of 2022. It is the national leader with children during school-free mornings (22.8% audience share²) and after school (17.5%³).

On the commercial target of WRP<50, Gulli achieved a 1.8% audience share across the entire day, a year-on-year of 0.2 percentage points

The channel also achieved a record in primetime (9.10pm-11pm) on the commercial target, with an audience share of 1.4%. It was driven by the successful repositioning of its range of programmes, with *Gulli Prime* aimed at a wider audience. Original productions, such as *Le meilleur pâtissier Célébrités* (4.1% audience share on launch) boosted the Wednesday evening slot, while the Saturday evening slot capitalised on the success of the XXL Games, with in particular *Domino Challenge* (3.3% for WRP<50 on launch) and *Lego Masters USA* (4.0% WRP<50 on launch). Lastly, the Friday evening film slot aimed at a family and grown-up audience also performed well: *Jumanji* (0.8 million viewers and 6.4% audience share for WRP<50), *Shrek* (0.6 million and 4.8% for WRP<50).

Cab-sat channels

Over the first half of 2022, M6 Group's pay channels consolidated their position amongst the leading channels in the pay-TV environment⁴.

- With an average of 11.1 million viewers each month, Paris Première maintained its position as the most watched pay channel. It achieved a 6.0% audience share across the entire viewing public and retained its leadership on the upper socio-economic target for the eight consecutive wave, with a 0.5% audience share.
- Each month, Téva attracted an average of 7.2 million viewers. On its key target, women under 50 responsible for purchasing, it posted growth of 17% in relation to the previous audience wave (September 2021 - February 2022) and recorded an audience share of 0,7%.

3 Audience share 4-10 year olds - Mon-Fri from 4.30pm-7pm

4 Médiamétrie Médiamat Thématik, 3 January to 19 June 2022

- SérieClub, the channel for major 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, attract 1.6 million and 1.5 million viewers respectively 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, are watched by 2.3 million, 2.5 million and 2.7 million viewers respectively every month.

6PLAY

A cornerstone in M6 Group's strategy of serving all audiences, across all mediums, everywhere and all the time, 6play is successfully pursuing its development in AVOD, with an expanded range of exclusive and dedicated content, as well as the catalogue of programmes from the linear channels. One in three users now views exclusive content and the time spent watching these programmes jumped 44% year-on-year in the first half of 2022. In total to date, 6play offers almost 4,000 hours of AVOD content.

This success of the AVOD offer is due in particular to the strategy of acquiring new series, such as *Victoria*, *Vanity Fair* and *Harlots*. As such, viewing of original series stood at 25 million hours over the first half-year, equating to 10% of the platform's total viewing and growth of 90% in relation to the first half of 2021.

Over the first half-year, 6play had a total of 18 million active users and recorded 251 million hours viewed.

Expansion of the AVOD range is thus bearing fruit and is accompanied by an increase in the attractiveness of 6play's advertising offer - its advertising revenues recorded double-digit growth in the first half of 2022.

TV ADVERTISING MARKET

Following a buoyant start to the year, the TV advertising market was impacted by an unfavourable base effect in the second quarter, which in 2021 had been characterised by a sharp upturn in consumer spending after the last lockdown, and, more specifically for M6 Group, by the broadcast of Euro 2020.

Over the first half-year as a whole, and against a backdrop of inflation in the cost of raw materials and supply chain issues, the trend was also marked by the decline in advertising investments in the Food & Beverage, Automotive and Telecoms sectors, partly offset by the gradual recovery of other sectors, such as Tourism & Eating Out, Health & Beauty and Culture & Leisure. Advertising investments by the Retail and Banking sectors also rose in the first half of 2022.

ADVERTISING PERFORMANCE OF GROUP CHANNELS

After a first quarter which recorded year-on-year growth of 7.5%, the Group's TV advertising revenues recorded a fall of 5.5% over the second quarter of 2022.

Over the first six months of 2022 as a whole, the TV division posted slight growth of 0.3% in its advertising performance compared with H1 2021.

1.3.2 Radio

COVERAGE AND LISTENING TIME

Over the first half of 2022, Radio attracted an average of 39.8 million daily listeners, representing an increase of 0.2 million in relation to H1 2021. Individual listening time stood at an average of 157 minutes per day, a year-on-year decline of 6 minutes.

AUDIENCE RATINGS

Radio market

13+ national audience share ¹:

	H1 2022	H1 2021	H1 2020	H1 2019	H1 2018	H1 2017	H1 2016
EUROPE 1	3.5	4.3	4.3	4.2	5.3	6.1	7.0
FRANCE INTER (public radio)	14.2	13.0	13.0	12.1	11.0	11.2	10.7
RMC	5.7	5.7	6.0	6.2	6.7	6.8	6.1
RTL	12.7	12.3	13.4	12.1	12.9	12.5	12.5
FRANCE BLEU (public radio)	5.2	5.8	5.5	6.0	6.2	6.1	6.4
General-interest programmes	41.2	41.0	42.2	40.7	42.1	42.7	42.6
CHERIE	2.3	2.1	2.5	2.1	2.2	2.7	2.5
FUN RADIO	2.4	2.9	3.0	3.5	3.9	3.9	4.1*
MOUV (public radio)	0.4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.3	0.2
M RADIO	0.7	0.7	0.6	0.8	0.9	0.6	0.6
NOSTALGIE	4.6	4.2	4.6	4.5	4.8	4.1	4.1
NRJ	6.3	6.3	5.6	6.2	5.8	6.2	7.1
RADIO NOVA	0.4	0.4	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5
RFM	2.7	2.7	3.0	3.1	3.0	2.9	3.2
RIRE ET CHANSONS	1.0	1.0	1.1	1.3	1.3	1.1	1.1
RTL2	3.1	3.0	2.8	2.9	3.0	2.5	2.7
SKYROCK	3.8	4.1	3.9	3.2	3.5	3.5	3.3
VIRGIN RADIO	1.7	1.8	1.9	2.3	2.6	2.7	2.9
Music programmes	29.5	29.5	29.9	30.8	31.7	31.0	32.1
FRANCE INFO (public radio)	5.3	4.4	3.6	3.9	3.6	4.0	3.4
FRANCE INTER (public radio)	1.6	1.6	1.6	1.3	1.3	1.1	1.3
FRANCE INTER (public radio)	2.7	2.4	2.3	2.2	1.7	1.7	1.4
RADIO CLASSIQUE	1.6	1.8	1.7	1.6	1.6	1.6	1.7
Other theme-based radio stations**	0.6	0.3	0.6	0.5	0.6	0.6	0.5
Theme-based programmes	11.8	10.5	9.8	9.5	8.8	9.0	8.3
Les Indés Radios cluster	10.5	11.5	11.3	11.7	11.0	11.1	10.8
FIP (public radio)	1.3	1.5	1.3	-	-	-	-
TSF JAZZ	0.4	0.3	0.3	0.5	-	-	-
Other local radio stations ***	1.8	2.1	1.9	3.4	3.3	3.0	3.1
Local programmes	14.0	15.4	14.8	15.6	14.3	14.1	13.9
Other programmes ****	3.5	3.6	3.3	3.4	3.1	3.2	3.1
Total	100	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Recalculated, ** BFM Business and RFI-Radio France Internationale, *** other local radio stations not affiliated to a national network, **** includes foreign stations, other or non-identified stations, pirate stations and DKs

Audience performance of Group radio stations

Over the first half of 2022, the RTL radio division - the leading privately-owned radio group - posted growth, recording an audience share of 18.2% with listeners aged 13 and over (up 0.1 percentage points year-on-year), attracting 9.4 million listeners a day.

- RTL, France's top commercial radio station, achieved an audience share of 12.7%, a year-on-year increase of 0.4 pp. Its impressive performance over the first half-year was primarily due to the significant progression of its breakfast show, hosted by Yves Calvi. Its audience share was 13.8%, up 0.8 pp year-on-year. This is a key show for the station, as 7am-9am is the primetime slot in Radio.

The station is also well positioned in non-linear listening, with 32 million podcast plays per month, equating to an 18% market share. *Les Grosses Têtes* has established itself as the France's top podcast, with 18.2 million plays.

- RTL2 recorded a 3.1% audience share (up 0.1 percentage points year-on-year), meaning its highest ever level for a first half-year. It also remained the top music station in the Young Adult segment. This performance was embodied in particular by the success of *Double Expresso RTL2*

on air from 6am-9.30am and *Drive RTL2*, broadcast from 4pm-7pm.

- Fun Radio achieved an audience share of 2.4%, a year-on-year decline of -0.5 pp. *Bruno sur Fun Radio* is the second most popular music-based breakfast show amongst its target audience of 25-49 year olds.

RADIO ADVERTISING MARKET AND PERFORMANCE OF GROUP STATIONS

After an early part of the year in decline, activity in the Radio advertising market bounced back in the second quarter of 2022.

Over the first half-year as a whole, advertising investments by Retail, the biggest advertiser sector in Radio, recorded a slight increase. Those made by the Fashion & Accessories, Furniture & Home Decor and Culture & Leisure all posted growth in relation to the first half of 2021. Conversely, there was a downward trend in the Automotive & Transport and Energy sectors.

Over the first half of 2021, the advertising performance of the stations RTL, Fun Radio and RTL2 improved slightly year-on-year. Revenues for the Radio division thus grew 2.1% in relation to H1 2021.

1 Source: Médiamétrie 126,000 then EAR-National, January-June, Monday-Friday, 5am-12am
Source: Médiamétrie eStat Podcast (June 2022)

1.3.3 Production and Audiovisual Rights

CINEMA PRODUCTION AND DISTRIBUTION

THE CINEMA MARKET IN 2022

Cinema attendance reached 72.9 million admissions¹ over the first six months of 2022, in comparison with 12.1 million admissions in the first half of 2021. The market share of French films totalled 41.5% over the first half of 2022 with American films standing at 33.4%.

SND

SND (Société Nouvelle de Distribution) 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-to-air TV broadcasters, sale of rights to video-on-demand platforms, and sale of rights internationally). SND also operates its own feature film production business.

The films distributed by SND achieved 2.5 million admissions against 0.5 million admissions over the first half of 2021. This increase was due to a more favourable film release schedule with the reopening of cinemas, which had remained closed from 1 January to 18 May in 2021.

Of the four films released in cinemas this half-year, two recorded more than 500,000 admissions: *Vaillante* (1.3 million admissions) and *Maigret* (0.5 million admissions).

M6 Films

The film production subsidiary financed two films that were released in cinemas during the first half of 2022 and which recorded a total of 1.6 million admissions²: *Vaillante* (1.3 million admissions) and *Champagne !* (0.2 million admissions), both distributed by SND.

TV PRODUCTION

C. PRODUCTIONS

Over the first half of 2022, 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 2022, Studio 89 produced, in particular:

- For M6: *Incroyables transformations* 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), *A la table des Top chef* (6play), *Piquantes* (Téva).

¹ Source: CNC

² Source: CBO Box-Office

1.3.4 Diversification

STÉPHANE PLAZA IMMOBILIER

On 31 December 2021, M6 Group finalised the acquisition of a 2% stake in Stéphane Plaza Immobilier, in which it already held a 49% shareholding, thereby assuming control of this network of franchised estate agents. The company has been fully consolidated in M6 Group's financial statements since 1 January 2022.

As the most popular brand in France in the "Networks of Estate Agents" category¹, Stéphane Plaza Immobilier had almost 700 franchise contracts at the end of June, a 5% increase compared with 31 December 2021.

Over the first half of 2022, Stéphane Plaza Immobilier reported business growth year-on-year.

M6 DIGITAL SERVICES

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

Over the first half of 2022, CuisineAZ.com consolidated its position as the second largest platform in the Cookery sector, with 8.9 million unique visitors per month². For its part, PasseportSanté.net recorded 6.0 million unique visitors per month, making it the second most popular site in the Health & Wellbeing category. Turbo.fr achieved 4.3 million unique visitors per month and was the leader in the car sector.

Over the first half of 2022, M6 Digital Services' advertising revenues decreased, impacted by new data protection rules which require Internet users to be offered the option of agreeing to or declining the presence of advertising trackers.

M6 INTERACTIONS

M6 Interactions is M6 Group's "Entertainment" diversifications subsidiary. It is structured around four activities: recorded music, music publishing, events and shows, and book publishing.

Over the first half of 2022, M6 Interactions revenues increased year-on-year. Within an improved pandemic context (curfew and lockdown during H1 2021), it benefited from the upturn in the shows activity, with in particular *Holiday on Ice* and *Gladiator Live* which had initially been postponed as a result of the Covid-19 pandemic.

In addition, the first half was marked by the launch of the music library *m6synchro.fr*, which brings together the Group's range of ambient music aimed at all audiovisual professionals.

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.

Best of TV's business recorded a fall over the first half of 2022, impacted by the acceleration in inflation, which pushed consumers to postpone their non-essential purchases.

¹ Source: OpinionWay survey published on 4 November 2021 in Challenges

² Source: Médiamétrie (May 2022)

1.4 OTHER HIGHLIGHTS AND SIGNIFICANT EVENTS IN THE FIRST HALF OF 2022

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.

In addition, on 8 July 2021 it was announced that Bouygues Group and RTL Group had entered into agreements with TF1 and M6 concerning the merger of TF1 and M6 Groups.

The finalisation of the transaction, expected in very early 2023, remains subject to the relevant usual conditions precedent, in particular approval from the competent authorities (French competition authority and media regulator) and the general meetings of TF1 and M6 Groups.

To that end and following a pre-notification phase, on 17 February 2022 the planned merger was reported to the competition authority, which then announced the opening of an in-depth investigative phase on 18 March 2022. The authority, which notably during the first six months sought the opinion of the French media regulator, ARCOM (*Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique*), should issue its decision by mid-October 2022.

- On 28 February 2022, M6 Group announced that it had received a purchase commitment in relation to the 6ter channel (DTT channel no. 22) from Altice Media, with whom it has entered exclusive negotiations. M6 Group announced the finalisation with Altice of agreements relating to this sale on 8 April 2022, in the event that the planned merger with TF1 Group is authorised.

Completion of this transaction is thus notably subject to (i) the approval of the competent authorities (competition authority and ARCOM) and (ii) the completion of the merger between M6 and TF1 Groups. The 6ter channel will remain fully consolidated by M6 Group throughout 2022.

Also, to comply with audiovisual legislation and subject to the successful completion of the merger between the TF1 and M6 Groups, M6 Group plans to restore the DTT frequency of the channel Paris Première, following approval by ARCOM, but will continue to operate it on cable and satellite networks.

On 24 March 2022, as part of the proposed merger between TF1 and M6, France TV expressed its wish to divest its equity interest in Salto if the merger is completed. TF1 and M6 Groups have undertaken that if the merger is completed, they would buy out the 33.33% equity interest held by France Télévisions at a definitive value of €45.0 million. The new group would then own 100% of Salto, enabling it to develop a streaming project. Because the agreement is conditional on completion of the merger between the M6 and TF1 Groups, Salto will remain under the joint control of its three shareholders throughout 2022 to facilitate the ongoing development of the platform.

WAR IN UKRAINE

The first half of 2022 was marked by the military conflict that erupted between Russia and Ukraine on 24 February 2022. M6 Group however barely operates in the two countries and is not directly impacted by the ongoing conflict. However it continues to monitor very closely both the situation and the consequences of this conflict on the global economy and financial markets.

LEGAL AND ARBITRATION PROCEEDINGS

The following facts should be noted in relation to the main judicial and arbitration procedures referred to in the 2021 Universal Registration Document:

In 2022, M6 Group filed two actions to annul Decrees n° 2021-1926 of 30 December 2021 relating to the contribution to the production of cinematographic and audiovisual works by television services broadcast via digital terrestrial transmission, and n° 2021-1924 of 30 December 2021 relating to the cinematographic and audiovisual contribution of television service providers distributed by networks not using frequencies assigned by the media regulator (ARCOM), whose provisions supplement those of Decree n° 2021-793 of 22 June 2021 relating to on-demand audiovisual media services, in order to ensure fairness between national and international services in the regulations.

LEGAL AND REGULATORY ENVIRONMENT

Authorisations to use free-to-air frequencies

The channel 6ter was licensed on 3 July 2012 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. In a decision dated 2 June 2021, the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel decided to order the renewal of the 6ter channel's authorisation without a tendering process, under the conditions provided for in Article 28-1 of the Law of 30 September 1986. The renewal decision was taken by ARCOM, the new media regulator, on 9 March 2022.

Signing of a new agreement on media release chronology

Following discussions in 2021, with film bodies, audiovisual service publishers and the CNC, on 24 January 2022, M6 Group signed a new agreement on media release chronology. This text was broadened by order of the Culture Minister on 4 February, annulling the previous agreement and extension. Under the terms of this agreement, free-to-air television channels that prefinance feature films retain their broadcasting window for original works for 22 months following their cinema release, while other non-film channels retain their broadcasting window for the same works at 36 months following their release in cinemas. There is thus no change for M6 Group's television channels. The Group also continues to carefully monitor the exclusivity of its windows, in line with the investments it has agreed for original cinematographic works.

Other legal and regulatory developments

Ruling n° 2021-103 of 8 December 2021 relating to the commitments of radio services, which relaxes certain arrangements for monitoring by ARCOM of music quotas, came into force on 1 January 2022. Under its application, amendments have been concluded for all the RTL, RTL2 and FUN RADIO agreements in categories C, D and E.

The Group responded to several public consultations organised by the Culture and Communication Ministry on extending the duration of sporting rights agreements and on updating the list of events of major importance in Decree n°2004-1392 of 22 December 2004 related to the application of Article 20-2 of Law n° 86-1067 of 30 September 1986 on Freedom of Communication.

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 2021 Universal Registration Document filed with the AMF on 9 March 2022 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 2022 was marked by the start of the war in Ukraine which has generated supply chain issues regarding energy and food as well as geopolitical uncertainty. These elements which have increased inflationary tensions, impact buying power and could weaken consumer spending and the economic environment. Within this context, the risks set out in the 2021 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 Group's financial statements.

To the best of the Company's knowledge, no other significant event that occurred during the first half of 2022 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

Within the current climate of inflation and economic uncertainty, the Group will make every effort to strengthen its positions on the advertising market, thanks in particular to 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 2022 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 2021	30 June 2022
Permanent	1,664	1,672
Fixed-term contracts	183	205
TOTAL WORKFORCE	1,847	1,877

At 30 June 2022, M6 Group's total workforce was 1,877 people, compared with 1,847 at 31 December 2021, including 1,672 on permanent contracts, compared with 1,664 at the end of December.

This increase is primarily related to the integration of Stéphane Plaza Immobilier, consolidated since 1 January 2022.

1.6.2 Breakdown of workforce by division

	31 December 2021	30 June 2022
TV	1,283	1,282
Radio	353	340
Production & Audiovisual Rights	80	78
Diversification	131	177
TOTAL	1,847	1,877

In relation to 31 December 2021:

- Staff numbers in the TV, Radio and Production & Audiovisual Rights divisions were stable.
- The increase in the Diversification Division workforce (up 46 permanent staff) was mainly due to the consolidation of the company Stéphane Plaza Immobilier (up 31 permanent staff).



2

CORPORATE GOVERNANCE

2.1	SUPERVISORY BOARD	23	2.2	EXECUTIVE BOARD	23
2.1.1	Remuneration and Appointments Committee	23			
2.1.2	Audit Committee	23			
2.1.3	Strategy Committee	23			
2.1.4	CSR Committee	23			

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 preparation 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**

2.2 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 Channels and Content,
- **Régis Ravanais**, Member in charge of Radio Stations, Music and Events,
- **Jérôme Lefébure**, Member in charge of Finance and Support functions,
- **David Larramendy**, Member in charge of Sales Activities.

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



6ter

3

SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

3 SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

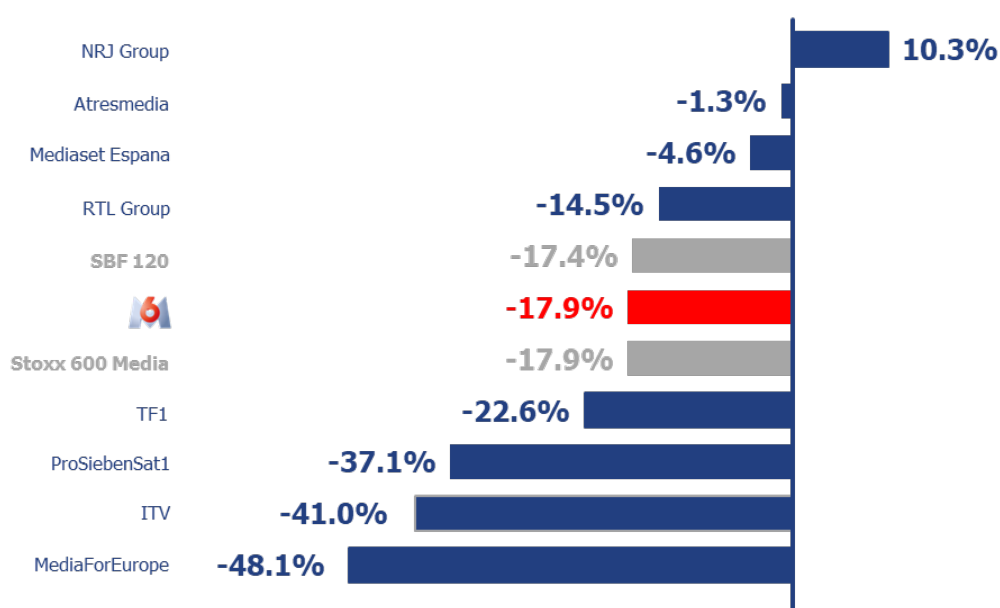
M6 share presentation

Regulated market	Euronext Compartment A (companies whose average market capitalisation exceeds €1 billion) CAC Mid 60, SBF 120, CAC Mid & Small, CAC All-Tradable, CAC All-Share, CAC Consumer Discretionary, Next 150 Index
Indices	Eligible for SRD (deferred settlement service)
ISIN Code	FR0000053225
Ticker	MMT
Opening price of the M6 share on 3 January 2022	€17.26
Closing price of the M6 share on 30 June 2022	€14.09
Lowest closing price in H1 2022	€14.09 on 30 June
Highest closing price in H1 2022	€19.22 on 15 February
M6 share performance over H1 2022:	-17.9% ⁽¹⁾
SBF 120 performance over H1 2022	-17.4% ⁽¹⁾
Stoxx Europe 600 Media ⁽²⁾ performance over H1 2022	-17.9% ⁽¹⁾
M6 market capitalisation at 30 June 2022	€1,781.2 million
Average daily trading volumes on Euronext - M6 share	90,791 shares over the first half of 2022 (compared with 197,360 over the first half of 2021)

⁽¹⁾ Change calculated on the basis of the last listed price of 2021 and the last listed price of the first half of 2022

⁽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 2022:



Having consistently beaten records throughout 2021, international financial markets fell sharply during the first half of 2022. The trend was impacted by fears of a slowdown in the global economy, against a backdrop of war in Ukraine, a slowdown in Chinese growth in the face of a resurgence of the Covid-19 pandemic, and a tightening of monetary policy by central banks to try to contain the acceleration of inflation due in particular to the supply chain issues seen by companies. In this way, the CAC 40, the leading stock market in Paris, recorded a decline of 17.2% over the first six months of the year.

Under these market conditions and faced with this uncertain economic environment, M6 securities, like those of its European peers, was heavily impacted by forecasts of a weaker advertising market.



4

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

4.1	CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME	29	4.3	CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT	33
4.1.1	Summary presentation	29	4.4	RELATED PARTIES	33
4.1.2	Television	30	4.5	POST-BALANCE SHEET EVENTS	33
4.1.3	Radio	30			
4.1.4	Production and audiovisual rights	31			
4.1.5	Diversification	31			
4.2	CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION	32			

4.1 CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

4.1.1 Summary presentation

	30 June 2022	30 June 2021	2022/2021 change (€ millions)
REVENUE	664.2	645.0	19.2
Group advertising revenue	530.1	529.1	1.0
- of which TV advertising revenue	455.3	453.8	1.5
- of which other advertising revenue	74.8	75.3	(0.5)
Group non-advertising revenue	134.1	115.9	18.2
Other operating revenues	8.5	25.3	(16.8)
TOTAL OPERATING REVENUES	672.7	670.3	2.4
Materials and other operating expenses	(319.9)	(317.1)	(2.8)
Personnel costs (including profit sharing plan contributions)	(124.0)	(124.6)	0.5
Taxes and duties	(25.9)	(25.8)	(0.1)
Amortisation, depreciation and impairment charges (net of reversals)	(41.7)	(37.8)	(3.9)
PROFIT FROM RECURRING OPERATIONS [EBITA] ⁽¹⁾	161.1	165.0	(3.9)
Capital gains on disposals / equity investment revaluations	-	3.2	(3.2)
Operating income and expenses related to business combinations	(5.9)	(3.3)	(2.7)
OPERATING PROFIT [EBIT]	155.2	164.9	(9.7)
NET FINANCIAL INCOME/(EXPENSE)	(0.1)	(1.1)	1.0
Share of profit of joint ventures and associates	(20.5)	(17.4)	(3.2)
PROFIT BEFORE TAX	134.5	146.4	(11.9)
Income tax	(40.1)	(27.1)	(13.0)
NET PROFIT FOR THE YEAR	94.4	119.3	(24.9)
Attributable to the Group	92.5	119.2	(26.7)
Attributable to non-controlling interests	1.9	0.2	1.8

⁽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.

M6 Group recorded consolidated revenue of €664.2 million for the first half of 2022, an increase of 3.0% in relation to H1 2021 driven by non-advertising revenues (up 15.7%), which benefited from the recovery of the cinema business and the consolidation of Stéphane Plaza Immobilier from 1 January 2022.

Multimedia advertising revenues were stable, up 0.2%.

Consolidated profit from recurring operations (EBITA) stood at €161.1 million, compared with €165.0 million in the first half of 2021. It includes a residual audiovisual tax credit of €1.0 million (against €16.9 million in government support in H1 2021) and costs of €5.3 million related to the M6/TF1 merger (against €4.2 million in H1 2021).

Restated for these non-recurring items, EBITA stood at €165.4 million and thus recorded year-on-year growth of 8.6%, reflecting in particular the Group's agility in the management of its entire cost base - despite the increase in programming costs - and the contribution of Stéphane Plaza Immobilier.

Operating margin stood at 24.9%, excluding non-recurring items, and posted year-on-year growth of 1.3%.

Over the first half of 2022, the Group continued to invest in streaming via the companies Bedrock and Salto.

The income tax expense stood at €40.1 million and reflects the reduction in the rate of corporation tax from 28.41% to 25.83%. It should be noted that a €16 million tax saving was recorded in the first half of 2021 as a result of a favourable settlement in respect of 2020.

Net profit was €94.4 million, compared with €119.3 million for the first half of 2021.

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		
	2022	2021	%	2022	2021	%	2022	2021	%
TV	256.3	232.2	+10.4%	270.0	278.4	-3.0%	526.3	510.6	+3.1%
Radio	32.2	34.2	-5.9%	42.4	38.8	+9.2%	74.6	73.1	+2.1%
Production & Audiovisual Rights	15.3	9.6	+59.1%	11.4	10.2	+11.9%	26.7	19.8	+34.8%
Diversification	18.5	20.3	-9.0%	17.6	20.7	-14.8%	36.1	41.0	-11.9%
Other revenue	0.2	0.2	n.a	0.2	0.3	n.a	0.5	0.5	n.a
CONSOLIDATED REVENUE	322.5	296.6	+8.7%	341.7	348.4	-1.9%	664.2	645.0	+3.0%
TV							129.0	137.2	-6.0%
Radio							13.3	14.4	-7.7%
Production & Audiovisual Rights							12.2	11.9	+2.5%
Diversification							8.3	6.1	+35.6%
Unallocated revenue							-1.6	-4.5	n.a
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)	67.2	64.3	+4.5%	94.0	100.8	-6.7%	161.1	165.0	-2.4%
Operating margin	20.8%	21.7%		27.5%	28.9%		24.3%	25.6%	

4.1.2 Television

(€ millions)	30 June 2022			30 June 2021			2022/2021 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
TV	529.9	526.3	129.0	518.2	510.6	137.2	11.7	15.6	(8.2)

After a buoyant start to the year, the Group's TV advertising revenue was impacted by an unfavourable base effect over the second quarter. It had received a significant boost in the second quarter of 2021 with the broadcast on the Group's channels of eight Euro 2020 matches and with the strong recovery of both the advertising market and consumer spending from April 2021 onwards following the last lockdown.

Against a backdrop of inflation in the cost of raw materials and supply chain issues, the trend was also marked by the decline in advertising investments in the Food & Beverage and Automotive sectors, partly offset by the gradual recovery of other sectors (Tourism & Eating Out, Health & Beauty).

Over the entire first half, advertising revenues from the TV division grew slightly, up 0.3% year-on-year, driven by 6play's strong advertising offer.

On a like-for-like basis (reclassification of M6 Créations in the TV Division on 1 January 2022¹), TV division revenue grew slightly, up 0.8%.

TV programming costs totalled €240.5 million compared with €237.1 million over the first half of 2021 and €241.9 million over the first half of 2019 (which did not include costs related to the Youth TV division, acquired in H2 2019). The necessary upturn in the Group's investments in linear and non-linear content has been contained, with programming costs remaining below their pre-pandemic levels.

In this way, the TV activity contributed €129.0 million to consolidated EBITA, against €137.2 million over the first half of 2021, which had benefited from an audiovisual tax credit of €13.4 million (€1.0 million in H1 2022) and included €4.2 million (€5.3 million in H2 2022) in expenses related to the planned merger of M6 and TF1 Groups.

Excluding non-recurring items and at constant consolidation scope², margin from recurring operations for the Group's core business increased once more and stood at 25.3%, against 24.8% in H1 2021.

4.1.3 Radio

(€ millions)	30 June 2022			30 June 2021			2022/2021 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
RADIO	75.6	74.6	13.3	74.2	73.1	14.4	1.4	1.6	(1.1)

Over the first six months of the year, Radio revenue stood at €74.6 million, a slight increase of 2.1% compared with H1 2021. Advertising activity recovered in the second quarter, following a decline early on in the year.

EBITA totalled €13.3 million, against €14.4 million over the first half of 2021 which had included €3.4 million in exceptional government support. Operating margin for the Radio Division was 17.9%, compared with 15.1% in H1 2021 (excluding government support). This improvement reflects the optimisation of its costs and the synergies developed with the Group's other media.

1 Revenues of €11.5 million for M6 Créations in H1 2021

2 EBITA of €1.3 million for M6 Créations in H1 2021

4.1.4 Production and audiovisual rights

(€ millions)	30 June 2022			30 June 2021			2022/2021 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	75.0	26.7	12.2	66.6	19.8	11.9	8.4	6.9	0.3

Revenue from the Production & Audiovisual Rights activity totalled €26.7 million, a year-on-year increase of 34.8%, thanks to the improvement in the cinema business, which was due to cinemas being opened throughout 2022, compared with their closure from 1 January to 18 May in 2021, and to the release of four films distributed by SND, totalling 2.5 million admissions, including 1.3 million for the animated film *Vaillante* and 0.5 million for the film *Maigret*.

Divisional EBITA was €12.2 million, compared with €11.9 million for the first half of 2021.

4.1.5 Diversification

(€ millions)	30 June 2022			30 June 2021			2022/2021 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
DIVERSIFICATION	36.7	36.1	8.3	41.2	41.0	6.1	(4.5)	(4.9)	2.2

Diversification revenues totalled €36.1 million, compared with €29.1 million over the first half of 2021, restated for M6 Créations¹, now reclassified in the TV division.

The first half of 2022 was thus characterised by the consolidation, effective from 1 January, of Stéphane Plaza Immobilier, which contributed revenue of €11.4 million to the Diversification division. In addition, the subsidiary's activity posted year-on-year growth, driven by the increase in the number of franchise agreements signed.

Amongst the other activities, M6 Interactions revenues grew while those of M6 Digital Services and Best of TV declined.

At constant consolidation scope (excluding M6 Créations²) Diversification EBITA was €8.3 million, compared with €4.7 million for the first half of 2021. Operating margin for Diversification rose sharply with the integration of Stéphane Plaza Immobilier and reached 22.9%, thereby aligning itself with the Group's standards.

¹ Revenues of €11.5 million in H1 2021

² EBITA of €1.3 million in H1 2021

4.2 CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

(€ millions)	30/06/2022	31/12/2021	change (€ millions)
Goodwill	332.6	332.5	0.1
Non-current assets	530.6	536.2	(5.6)
Current assets	805.1	813.4	(8.3)
Cash and cash equivalents	256.4	349.0	(92.6)
TOTAL ASSETS	1,924.7	2,031.2	(106.4)
Equity - Group share	1,135.3	1,156.4	(21.1)
Non-controlling interests	11.6	14.8	(3.2)
Non-current liabilities	197.9	203.0	(5.0)
Current liabilities	580.0	657.0	(77.0)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	1,924.7	2,031.2	(106.4)

At 30 June 2022, total assets were €1,924.7 million, a decrease of €106.4 million (5.2%) compared with 31 December 2021.

Non-current assets (including goodwill) totalled €863.2 million, compared with €868.8 million at 31 December 2021.

This slight decline of €5.6 million reflects:

- The €5.4 million decrease in property, facilities and equipment;
- The €8.8 million reduction in investments in joint ventures and associates;
- Offset by the €7.7 million increase in current accounts with joint ventures and associates (Bedrock, Salto and Academee).

Current assets, excluding cash and cash equivalents, declined by €8.3 million. This fall was due to:

- The €10.6 million decrease in inventories of broadcasting rights and other inventories;
- The €22.3 million decrease in net trade receivables;
- Offset by the €5.6 million increase in current tax;

- And the €18.9 million increase in other current assets, notably linked to advances on broadcasting rights not yet available.

Cash and cash equivalents totalled €256.4 million, a decline of €92.6 million compared with 31 December 2021.

The Group share of equity totalled €1,135.3 million.

The €21.1 million decrease since the 2021 year-end was primarily attributable to:

- The payment of dividends of €126.3 million;
- The Group share of net profit for the first half of 2022, totalling €92.5 million.

Other liability items (current and non-current liabilities) were €777.9 million, compared with €859.9 million at 31 December 2021.

This €74.9 million reduction reflects:

- The €22.9 million decrease in trade payables;
- A €22.2 million decrease in provisions;
- A decline in tax and social security liabilities (down €37.1 million).

4.3 CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT

(€ millions)	30/06/2022	30/06/2021	change (€ millions)
Self-financing capacity from operations	194.3	203.8	(9.5)
Change in operating WCR	(43.0)	(9.2)	(33.8)
Income tax	(49.0)	(1.4)	(47.5)
Cash flow from operating activities	102.3	193.2	(90.9)
Cash flow from investment activities	(38.8)	(36.2)	(2.5)
<i>Recurring items</i>	<i>(35.7)</i>	<i>(44.5)</i>	<i>8.7</i>
<i>Non-recurring items</i>	<i>(3.0)</i>	<i>8.2</i>	<i>(11.2)</i>
Cash flow from financing activities	(157.2)	(213.2)	56.0
<i>Dividend payments Equity transactions</i>	<i>(131.4)</i>	<i>(189.4)</i>	<i>58.0</i>
<i>Contributions to joint venture current accounts Lease repayments</i>	<i>(3.1)</i>	<i>0.0</i>	<i>(3.1)</i>
<i>Other</i>	<i>(20.2)</i>	<i>(21.2)</i>	<i>1.0</i>
<i>Other</i>	<i>(2.5)</i>	<i>(3.1)</i>	<i>0.5</i>
<i>Other</i>	<i>(0.0)</i>	<i>0.4</i>	<i>(0.4)</i>
Translation effect on cash and cash equivalents	1.1	0.0	1.1
Net change in cash and cash equivalents	(92.6)	(56.3)	
Cash and cash equivalents - opening balance	349.0	197.0	152.0
Cash and cash equivalents - closing balance	256.4	140.8	115.7
Net cash and cash equivalents - closing balance	162.9	38.4	124.5

Cash flow from operating activities was €102.3 million for the six months to 30 June 2022, lower than the level of €193.2 million for the six months to 30 June 2021.

This €90.9 million fall (down 47.1%) reflects the following developments:

- The pre-tax self-financing capacity generated by the Group declined by €9.5 million, mainly as the result of the €9.7 million decrease in profit from recurring operations;
- The positive impact of the change in working capital requirements (down €33.8 million);
- A much higher tax payment (up €47.5 million) due to higher prepayments and an unfavourable settlement impact.

In the first half of 2022, cash flow applied to investments used cash resources of €38.8 million, compared with an outflow of €36.2 million the first half of 2021.

Cash flow resulting from financing activities used cash resources of €157.2 million compared with an outflow of €213.2 million for the six months to 30 June 2021.

This €56.0 million change was due to:

- The payment of dividends of €58.0 million;
- And equity transactions (-€3.1 million).

This half year thus resulted in a €115.7 million increase in cash and cash equivalents. Cash and cash equivalents totalled €256.4 million at 30 June 2022, compared with €140.8 million at 30 June 2021.

The Group had a net cash position of €162.9 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 €21.1 million at 30 June 2022.

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.



5

FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES (FRENCH VERSION ONLY)

5.1 ÉTATS FINANCIERS
CONSOLIDÉS CONDENSÉS
AU 30/06/2022

36

5.2 ANNEXE AUX COMPTES
CONSOLIDÉS CONDENSÉS

42

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2022

1. État de la situation financière consolidée

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2022	31/12/2021
Goodwill	14	332,6	332,5
Droits audiovisuels	13	62,6	60,5
Autres immobilisations incorporelles	13	209,4	211,0
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		604,6	604,0
Terrains	15	19,1	19,1
Constructions	15	48,9	50,5
Droits d'utilisation des actifs loués	15	18,4	19,4
Autres immobilisations corporelles	15	29,4	32,2
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		115,8	121,2
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	18.1	6,8	6,8
Autres actifs financiers non courants	18.1	35,9	28,2
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	17	99,0	107,8
ACTIFS FINANCIERS		141,7	142,7
Actifs d'impôt différé		1,2	0,9
ACTIF NON COURANT		863,2	868,8
Stocks de droits de diffusion	16	263,1	272,8
Autres stocks	16	9,6	10,5
Créances clients nettes	18.1	329,6	352,0
Impôts courants		6,2	0,6
Instruments financiers dérivés		0,3	0,1
Autres actifs financiers courants	18.1	6,9	7,1
Autres actifs courants	18.1	189,3	170,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	18.1	256,4	349,0
ACTIF COURANT		1 061,5	1 162,4
TOTAL ACTIF		1 924,7	2 031,2

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2022	31/12/2021
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(2,9)	(3,1)
Réserves consolidées		991,0	827,9
Autres réserves		(3,4)	(7,3)
Résultat part du Groupe		92,5	280,9
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		1 135,3	1 156,4
Intérêts non contrôlants		11,6	14,8
CAPITAUX PROPRES	19	1 146,9	1 171,2
Provisions	20	32,0	41,1
Dettes financières	18.2	125,8	126,0
Dettes locatives	18.2	16,0	17,4
Autres dettes	18.2	-	0,2
Passifs d'impôt différé		24,2	18,2
PASSIF NON COURANT		197,9	203,0
Provisions	20	20,4	33,4
Dettes financières	18.2	1,7	1,1
Dettes locatives	18.2	5,2	4,9
Autres passifs financiers	18.2	5,8	11,2
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	18.2	409,1	432,0
Autres dettes d'exploitation	18.2	22,4	20,3
Impôts courants		0,4	7,0
Dettes fiscales et sociales	18.2	92,3	129,2
Dettes sur immobilisations	18.2	22,6	17,9
PASSIF COURANT		580,0	657,0
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 924,7	2 031,2

2. État du résultat global consolidé

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2022 6 mois	30/06/2021 6 mois
Chiffre d'affaires	6	664,2	645,0
Autres produits opérationnels	7.1	8,5	25,3
Total des produits opérationnels		672,7	670,3
Consommations et autres charges opérationnelles	7.2	(319,9)	(317,1)
Charges de personnel (yc participation)		(124,0)	(124,6)
Impôts, taxes et versements assimilés		(25,9)	(25,8)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	7.3	(45,3)	(38,2)
Dotations aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	7.3	(2,3)	(2,8)
Total des charges opérationnelles		(517,5)	(508,5)
Plus-values sur cessions / réévaluations de participations		-	3,2
Résultat opérationnel		155,2	164,9
Produits de la trésorerie		0,4	0,2
Coût de l'endettement		(0,9)	(1,0)
Charges d'intérêt sur dettes locatives		(0,2)	(0,2)
Autres produits (charges) financiers nets		0,6	(0,2)
Résultat financier	9	(0,1)	(1,1)
Quote-part de résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	17	(20,5)	(17,4)
Résultat courant avant impôt		134,5	146,4
Impôt sur le résultat	10	(40,1)	(27,1)
Résultat net de la période		94,4	119,3
attribuable au Groupe	11	92,5	119,2
attribuable aux intérêts non contrôlants		1,9	0,2
Résultat part du Groupe par action (en euros)	11	0,733	0,945
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	11	0,731	0,941

RESULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2022 6 mois	30/06/2021 6 mois
Résultat net consolidé		94,4	119,3
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		3,1	0,6
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres		-	(0,0)
Variation des écarts de conversion		1,7	(0,3)
Impôts sur les éléments recyclables		(0,8)	(0,2)
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels		10,2	1,8
Impôts sur les éléments non recyclables		(2,6)	(0,5)
Autres éléments du résultat global		11,5	1,4
Résultat global de la période		105,9	120,7
attribuable au Groupe		104,0	120,6
attribuable aux intérêts non contrôlants		1,9	0,1

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2022 6 mois	30/06/2021 6 mois
Résultat opérationnel des activités poursuivies		155,2	164,9
Amortissements et provisions hors actifs circulants		32,4	36,5
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		2,3	2,8
Plus-values et moins-values de cession / de réévaluation		(0,0)	(3,8)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		3,5	2,8
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		193,3	203,2
Produits perçus de la trésorerie		1,4	1,1
Intérêts payés		(0,3)	(0,3)
Intérêts des dettes locatives		(0,2)	(0,2)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPOT		194,3	203,8
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	16	10,2	(34,7)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	18	4,5	24,8
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	18	(57,7)	0,7
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT		(43,0)	(9,2)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(49,0)	(1,4)
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES OPERATIONNELLES		102,3	193,2
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	13	(33,1)	(41,7)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	15	(3,2)	(5,7)
Acquisitions d'immobilisations financières	18	(0,5)	(5,0)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales		(2,5)	-
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		-	13,2
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	13/15	0,2	0,1
Dividendes reçus		0,4	2,9
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		(38,8)	(36,2)
Opérations de financement			
Actifs financiers	18	(20,0)	(21,0)
Souscriptions d'emprunts et autres passifs financiers	18	0,0	0,2
Remboursements d'emprunts et autres passifs financiers	18	(0,2)	(0,0)
Remboursement des dettes locatives	18	(2,5)	(3,1)
Acquisitions et cessions d'actions propres	19	(3,1)	0,0
Dividendes versés	12	(131,4)	(189,4)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		(157,2)	(213,2)
Effet des écarts de conversion de trésorerie		1,1	0,0
VARIATION GLOBALE DE TRESORERIE	18	(92,6)	(56,3)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		349,0	197,0
TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE A LA CLOTURE	18	256,4	140,8

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 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)	-	(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)
Coût des actions de performance (IFRS 2)					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
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2022	126 414,2	50,6	7,6	(3,1)	1 108,7	(7,3)	1 156,4	14,8	1 171,2
Variation de la valeur des instruments dérivés						2,3	2,3	-	2,3
Pertes et gains actuariels					7,5	-	7,5	0,0	7,6
Écarts de conversion						1,7	1,7	-	1,7
Autres éléments du résultat global		-	-		7,5	3,9	11,5	0,0	11,5
Résultat net consolidé de la période					92,5	-	92,5	1,9	94,4
Résultat global total de la période		-	-		100,0	3,9	104,0	1,9	105,9
Dividendes distribués					(126,3)	-	(126,3)	(5,1)	(131,4)
Acquisitions / Cessions d'actions propres				0,2	(2,5)	-	(2,2)	-	(2,2)
Total des transactions actionnaires		-	-	0,2	(128,7)	-	(128,5)	(5,1)	(133,6)
Coût des actions de performance (IFRS 2)					3,5	-	3,5	-	3,5
Instruments de couverture des attributions d'actions de performance					0,1	-	0,1	-	0,1
Autres mouvements					(0,1)	-	(0,1)	(0,0)	(0,2)
SITUATION AU 30 JUIN 2022	126 414,2	50,6	7,6	(2,9)	1 083,5	(3,4)	1 135,3	11,6	1 146,9

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

- Le 17 mai 2021, 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.

Par ailleurs, le 8 juillet 2021, le groupe Bouygues et RTL Group d'une part, et TF1 et M6 d'autre part, ont annoncé la signature entre eux des accords relatifs au rapprochement des groupes TF1 et M6.

La réalisation définitive de l'opération, attendue pour le tout début de l'année 2023, reste soumise aux conditions suspensives habituelles en la matière, en particulier les autorisations des autorités compétentes (Autorité de la Concurrence et Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique ou "ARCOM") et les assemblées générales des groupes TF1 et M6.

- Le 28 février 2022, le Groupe M6 a annoncé avoir reçu d'Altice Média une promesse d'achat de la chaîne 6ter (canal 22 de la TNT) et lui avoir consenti une exclusivité. Le Groupe M6 a annoncé la finalisation avec Altice des accords relatifs à cette cession le 8 avril 2022, dans le cas où le projet de fusion avec le Groupe TF1 serait autorisé.

La réalisation de cette opération est ainsi notamment conditionnée (i) à l'autorisation des autorités compétentes (Autorité de la Concurrence et ARCOM) et (ii) à la réalisation effective de la fusion entre les groupes M6 et TF1. La chaîne 6ter restera ainsi intégralement contrôlée par le groupe M6 tout au long de l'année 2022.

Toujours pour se conformer à la loi audiovisuelle et sous réserve que le projet de fusion entre les Groupes M6 et TF1 se réalise, le Groupe M6 envisage de restituer la fréquence TNT de la chaîne Paris Première, après approbation par l'ARCOM, mais continuera à l'exploiter sur les réseaux câbles et satellites.

- Le 24 mars 2022, dans le cadre du projet de fusion entre TF1 et M6, France TV a fait part de sa volonté de céder sa participation dans Salto si l'opération arrivait à terme. Les groupes TF1 et M6 se sont engagés, en cas de réalisation de leur projet de fusion, à racheter la participation de 33,33 % de France Télévisions pour une valeur définitive de 45,0 M€. Le nouveau groupe détiendrait alors 100 % de Salto pour développer un projet de streaming. L'accord étant conditionné à la réalisation de la fusion des groupes M6 et TF1, Salto restera contrôlée conjointement par ses trois actionnaires tout au long de l'exercice 2022 pour poursuivre le développement de la plateforme.
- Le 1^{er} semestre 2022 a été marqué également par le conflit militaire qui a éclaté entre la Russie et l'Ukraine le 24 février 2022. Le Groupe M6 n'a cependant que très peu d'activité dans ces deux pays et n'est pas directement impacté par le conflit en cours. Le Groupe reste toutefois très vigilant quant à l'évolution de la situation et aux conséquences de ce conflit sur l'économie mondiale et sur les marchés financiers.

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2022 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 25 juillet 2022 et examinés par le Conseil de Surveillance du 26 juillet 2022. 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 2022 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, 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 2021.

RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2022 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2021, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2022.

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 2022

Les amendements aux normes IFRS suivants, applicables pour le 1^{er} semestre 2022, n'ont pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe au 30 juin 2022 :

- 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.

Par ailleurs, lors de sa réunion du mois d'avril 2021, l'IASB a validé la décision de l'IFRIC « IAS 38 – Coûts de configuration et d'adaptation des logiciels utilisés en mode SaaS (Software as a Service) ». L'impact sur le Groupe est non significatif.

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 2022 :

- IFRS 17 – *Contrats d'assurance* et amendements à IFRS 17 – *Modifications d'IFRS 17*, 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 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.

Le Groupe n'attend pas d'impact significatif de la première application de ces normes et amendements sur ses situations et performances financières.

NORMES PUBLIÉES PAR L'IASB MAIS NON ENCORE APPROUVÉES PAR L'UNION EUROPÉENNE

Le Groupe pourrait être concerné par :

- Amendements à IAS 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 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 : Première application d'IFRS 17 et d'IFRS 9 - Informations comparatives*, applicables 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 autres activités du Groupe sont moins affectées par des effets de saisonnalité.

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 2022 :

- prise de participation de Métropole Télévision dans la société Academee à hauteur de 50% le 16 février 2022 ;
- la société Epithète Films a fusionné dans la société Société Nouvelle de Distribution le 30 avril 2022 avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2022.

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, la société M6 Créations (précédemment présentée dans le secteur "Diversifications") et la régie publicitaire.

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.

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 redevances de franchises immobilières.

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.

Résultat

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

En 2021 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifications	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 / réévaluations de participations				3,2		3,2
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						164,9
Résultat financier						(1,1)
Quote-part de résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(17,4)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						146,4
Impôt						(27,1)
Résultat de la période						119,3
attribuable au Groupe						119,2
attribuable aux intérêts non contrôlants						0,2
* dont 529,1 M€ au titre des revenus publicitaires						

En 2022 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifications	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2022
Chiffre d'affaires hors-Groupe	526,3	74,6	26,7	36,1	0,5	664,2
Chiffre d'affaires inter-segments	3,7	1,0	48,3	0,6	(53,6)	-
Chiffre d'affaires *	529,9	75,6	75,0	36,7	(53,1)	664,2
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	129,0	13,3	12,2	8,3	(1,6)	161,1
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1,7)	(0,4)	(3,7)	(0,2)	-	(5,9)
Plus-values sur cessions / réévaluations de participations						-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						155,2
Résultat financier						(0,1)
Quote-part de résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(20,5)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						134,5
Impôt						(40,1)
Résultat de la période						94,4
attribuable au Groupe						92,5
attribuable aux intérêts non contrôlants						1,9
* dont 530,1 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 8,5 M€ (contre 25,3 M€ au 30 juin 2021) et sont constitués principalement :

- du crédit d'impôt pour dépenses de création audiovisuelle et cinématographique pour 1,0 M€, contre 15,1 M€ au 30 juin 2021 ;
- des subventions d'exploitation pour 2,9 M€, contre 4,4 M€ (dont 1,8 M€ d'aide à la diffusion des radios) au 30 juin 2021 ;
- des refacturations envers les sociétés mises en équivalence pour 3,6 M€ contre 3,9 M€ au 30 juin 2021.

7.2. CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES

	30/06/2022	30/06/2021
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(165,9)	(153,2)
Consommations de stocks de marchandises	(7,8)	(9,5)
Autres services extérieurs *	(146,2)	(154,0)
Pertes de change opérationnelles	0,0	0,0
Autres charges	(0,1)	(0,4)
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(319,9)	(317,1)

* 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

	30/06/2022	30/06/2021
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(27,8)	(25,8)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(4,2)	(1,2)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(5,5)	(4,4)
Amortissements des immobilisations corporelles	(7,3)	(7,2)
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	(2,3)	(2,8)
Autres dépréciations	(0,6)	0,4
TOTAL DOTATIONS (NETTES DES REPRISES)	(47,6)	(41,0)

8. Rémunérations en actions

Plan octroyé en 2022

Aucune attribution d'actions de performance n'a été décidée par le Directoire au premier semestre 2022.

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 31/12/2021	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2022
Plans d'attribution d'actions de performance	746 700	746 700	733 700	-	-	(237 000)	(8 600)	488 100
Du 30/07/2019	246 500	246 500	237 000	-	-	(237 000)	-	-
Du 20/04/2021	407 200	407 200	403 700	-	-	-	(8 600)	395 100
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 2022

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	
	30/06/2022	30/06/2021
Du 25/07/2018	-	(0,9)
Du 30/07/2019 (2 plans)	(0,8)	(1,2)
Du 20/04/2021 (2 plans)	(2,6)	(0,7)
CHARGE TOTALE	(3,5)	(2,8)

9. Résultat financier

	30/06/2022	30/06/2021
Produits de la trésorerie	0,4	0,2
Coût de l'endettement	(0,9)	(1,0)
Charges d'intérêt sur dettes locatives	(0,2)	(0,2)
Réévaluation des instruments dérivés nets	0,2	(0,0)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,2)	(0,2)
Autres éléments financiers	0,6	0,1
Autres produits (charges) financiers nets	0,6	(0,2)
RÉSULTAT FINANCIER	(0,1)	(1,1)

Le coût de l'endettement s'élève à (0,9) M€ au 30 juin 2022 et correspond aux intérêts sur l'emprunt obligataire Euro PP mis en place en 2017 pour financer l'achat du pôle Radio de RTL Group, aux intérêts sur l'emprunt Schuldschein mis en place en juillet 2019 pour financer l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère, et aux intérêts sur les lignes bancaires non tirées en 2022. L'endettement moyen s'élève à 125,0 M€ sur le 1^{er} semestre 2022 pour un taux moyen d'endettement de 1,18% l'an, comme en 2021.

- Les charges d'intérêt 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 :

	30/06/2022	30/06/2021
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice ⁽¹⁾	(37,0)	(25,4)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(3,1)	(1,7)
TOTAL	(40,1)	(27,1)

⁽¹⁾ Au 1^{er} semestre 2021, le mali de fusion déductible de la société Jeunesse Thématiques avait généré une économie d'impôt de 16,0 M€.

Le taux d'impôt sur les sociétés projeté au titre de l'exercice 2022 est de 25,83 % (correspondant au taux normal d'IS de 25,0 %, majoré de la contribution additionnelle de 3,3 %) pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français, contre 28,41 % (correspondant au taux normal d'IS de 27,5 %, majoré de la contribution additionnelle de 3,3 %) au titre de 2021.

Le taux d'imposition différée retenu en 2022 est de 25,83 %, comme en 2021.

11. Résultat par action

	30/06/2022	30/06/2021
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	92,5	119,2
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	126 256 269	126 156 363
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	332 120	500 743
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 588 389	126 657 106
Résultat par action (en euros)	0,733	0,945
Résultat dilué par action (en euros)	0,731	0,941

* 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 20 avril 2021.

Le nombre d'actions potentiellement dilutives est de 332 120 au 30 juin 2022 : sur cette base, l'effet dilutif sur le résultat par action représente 0,2 centime d'euro.

12. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2022	30/06/2021
Déclarés et versés au cours du semestre	126,3	189,4
Nombre d'actions en circulation en milliers	126 286	126 278
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	1,00	1,50

13. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (distribution et négoce)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Goodwill	Total 30/06/2022
Au 1 ^{er} janvier 2022, net des dépréciations et amortissements	32,1	6,1	22,3	60,5	211,0	332,5	604,0
Acquisitions	20,5	0,5	13,2	34,2	3,9	-	38,1
Cessions	-	-	(0,1)	(0,1)	(0,0)	-	(0,1)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	-	0,1	0,1
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	6,9	18,9	(10,3)	15,5	0,0	-	15,5
Dotations aux amortissements 2022	(24,9)	(4,1)	-	(29,1)	(5,5)	-	(34,5)
Dépréciations	(2,9)	0,7	(0,7)	(2,9)	-	-	(2,9)
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	-	-	0,0	-	0,0
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	-	(15,4)	-	(15,4)	-	-	(15,4)
Au 30 juin 2022, net des dépréciations et amortissements	31,7	6,5	24,3	62,6	209,4	332,6	604,6
Au 1 ^{er} janvier 2022							
Valeur brute	1 077,5	790,5	26,9	1 894,9	332,4	365,9	2 593,2
Amortissements et dépréciations cumulés	(1 045,4)	(784,4)	(4,6)	(1 834,4)	(121,4)	(33,4)	(1 989,2)
MONTANT NET AU 1^{er} JANVIER 2022	32,1	6,1	22,3	60,5	211,0	332,5	604,0
Au 30 juin 2022							
Valeur brute	1 104,9	809,9	29,6	1 944,4	336,3	366,0	2 646,7
Amortissements et dépréciations cumulés	(1 073,2)	(803,3)	(5,3)	(1 881,8)	(126,8)	(33,4)	(2 042,0)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2022	31,7	6,5	24,3	62,6	209,4	332,6	604,6

Les "autres immobilisations incorporelles" correspondent notamment aux marques, aux licences (y compris les licences FM des stations RTL, RTL2 et Fun Radio), aux logiciels informatiques et aux relations clients reconnues au titre de l'acquisition du pôle Radio auprès de RTL Group et du pôle Jeunesse TV auprès du Groupe Lagardère.

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 2022 :

	30/06/2022	31/12/2021
À l'ouverture, net des pertes de valeur	332,5	282,2
Entrée de périmètre	0,1	
	-	56,1
Cessions	-	(0,8)
Pertes de valeur	-	(5,1)
À la clôture	332,6	332,5
À l'ouverture		
Valeurs brutes	365,9	312,0
Cumul des pertes de valeur	(33,4)	(29,9)
MONTANT NET	332,5	282,2
À la clôture		
Valeurs brutes	366,0	365,9
Cumul des pertes de valeur	(33,4)	(33,4)
MONTANT NET	332,6	332,5

Répartition

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

Valeur nette		30/06/2022	31/12/2021
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	1,4
	Interactions	5,7	5,7
	Téléachat	-	-
	Immobilier	56,2	56,1
Total		332,6	332,5

- L'UGT Télévision regroupe l'ensemble des activités de télévision linéaire du groupe, aussi bien en clair que payante, et intègre donc l'ensemble du pôle Jeunesse du Groupe Lagardère acquis en 2019. Elle intègre également les activités de distribution des chaînes et services non linéaires, ainsi que le développement et l'exploitation de 6play ;
- L'UGT Autres intègre les entités Ctzar et Ctzar Studio spécialisées dans le marketing d'influence ;
- L'UGT Radio intègre l'ensemble du pôle Radio français de RTL Group acquis en 2017 (à l'exception des entités RTL Special Marketing et Parisonair absorbées en 2018 par respectivement M6 Interactions et M6 Événements, et donc désormais incluses dans l'UGT Interactions) ;
- 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) et les sociétés de catalogues de droits audiovisuels qui ont été fusionnées dans SND en 2019 et 2022 ;
- 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 Événements et M6 Editions ;
- L'UGT Téléachat correspond aux activités de distribution de produits issus du téléachat et intègre les entités Best of TV et Best of TV Benelux ;
- L'UGT Immobilier intègre la société Stéphane Plaza France, consolidée par intégration globale depuis le 31 décembre 2021.

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 2022.

15. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Droits d'utilisation des actifs loués	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2022
Au 1 ^{er} janvier 2022, net des dépréciations et amortissements	19,1	50,5	19,4	23,8	7,3	1,1	121,2
Acquisitions		0,0	0,9	1,3	1,4	0,3	3,8
Cessions		-	(0,1)	(1,7)	(2,2)	-	(4,0)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute		(0,0)	0,4	0,8	0,0	(0,8)	0,4
Dotations aux amortissements 2022		(1,6)	(2,3)	(4,0)	(1,7)	-	(9,6)
Reprises d'amortissements sur cessions		-	0,1	1,6	2,2	-	3,9
Reclassements et autres mouvements sur amortissements		-	(0,0)	-	-	-	(0,0)
Au 30 juin 2022, net des dépréciations et amortissements	19,1	49,1	18,4	21,9	7,0	0,5	115,8
Au 1 ^{er} janvier 2022							
Valeur brute	19,1	118,8	32,4	103,2	33,7	1,1	308,2
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(68,3)	(13,0)	(79,4)	(26,4)	-	(187,0)
MONTANT NET AU 1 ^{er} JANVIER 2022	19,1	50,5	19,4	23,8	7,3	1,1	121,2
Au 30 juin 2022							
Valeur brute	19,1	118,8	33,5	103,6	32,9	0,5	308,5
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(69,9)	(15,2)	(81,7)	(25,9)	-	(192,7)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2022	19,1	48,9	18,4	21,9	7,0	0,5	115,8

16. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2022
Au 1 ^{er} janvier 2022, net des dépréciations	272,8	10,5	283,3
Acquisitions	218,3	8,6	226,9
Consommations	(243,8)	(9,2)	(253,0)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2022	15,9	(0,1)	15,8
Reclassement	(0,3)	(0,2)	(0,5)
Au 30 juin 2022, net des dépréciations	263,1	9,6	272,7
Au 1 ^{er} janvier 2022			
Coût ou juste valeur	441,5	12,4	453,9
Cumul des dépréciations	(168,7)	(1,9)	(170,6)
Montant net au 1 ^{er} janvier 2022	272,8	10,5	283,3
Au 30 juin 2022			
Coût ou juste valeur	415,9	11,6	427,5
Cumul des dépréciations	(152,8)	(2,0)	(154,8)
Montant net au 30 juin 2022	263,1	9,6	272,7

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	31/12/2021	Quote-part de résultat	Perte de valeur	Reclassement	Dividendes versés	Variation de périmètre / augmentation de capital	30/06/2022
Participations dans les coentreprises		10,1	(15,5)	-	(28,9)	(0,9)	41,9	6,7
Série Club	50,0%	0,9	0,1	-	-	(0,9)	-	0,1
Panora Services	48,0%	0,5	0,1	-	-	-	-	0,6
Salto SNC	33,3%	-	(12,0)	-	(29,4)	-	41,4	-
Salto Gestion SAS	33,3%	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0
Bedrock	50,0%	8,6	(2,7)	-	0,0	-	-	5,9
Academee	50,0%	-	(0,9)	-	0,4	-	0,5	-
Participations dans les entreprises associées		97,7	(5,0)	-	0,1	(0,4)	-	92,3
Quicksign	23,9%	0,7	0,5	-	-	-	-	1,2
Wild Buzz Agency	40,0%	2,8	0,2	-	-	(0,4)	-	2,5
Global Savings Group	41,5%	94,3	(5,7)	-	0,1	-	-	88,6
PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES		107,8	(20,5)	-	(28,9)	(1,3)	41,9	99,0

Academee

Le 16 février 2022, Métropole Télévision a souscrit à l'augmentation de capital de la société Academee pour 0,5 M€. A l'issue de cette opération, le Groupe détient 50,0% du capital de la société.

Le Groupe exerce un contrôle conjoint sur cette filiale. Elle est consolidée par mise en équivalence au 30 juin 2022.

La perte du 1^{er} semestre 2022 a été imputée à l'avance en compte-courant.

Salto

Le 29 mars 2022, le Groupe a souscrit à l'augmentation de capital de Salto à hauteur de 41,4 M€ par compensation de sa créance détenue en compte courant d'associés. Les pertes cumulées depuis l'origine (y compris la perte du semestre) excédant la valeur de la participation du Groupe ont été imputées à l'avance en compte-courant (considérée comme une composante de la quote-part d'investissement du Groupe dans la société).

Au 30 juin 2022, la valeur recouvrable des participations du Groupe dans les coentreprises et entreprises associées est supérieure à leur valeur nette comptable.

18. Instruments financiers

18.1. ACTIFS FINANCIERS

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2021 et au 30 juin 2022 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

31/12/2021				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	6,8	-	6,8	6,8	5,1	1,7	-
Autres actifs financiers non courants	28,2	-	28,2	28,2	-	-	28,2
Créances clients	368,3	(16,4)	352,0	352,0	-	-	352,0
Instruments financiers dérivés	0,1	-	0,1	0,1	-	0,1	-
Autres actifs financiers courants	7,1	-	7,1	7,1	-	-	7,1
Autres actifs courants	171,2	(0,9)	170,4	170,4	-	-	170,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	349,0	-	349,0	349,0	128,5	-	220,5
ACTIFS	930,7	(17,2)	913,4	913,4	133,6	1,8	778,1

30/06/2022				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	6,8	-	6,8	6,8	5,1	1,7	-
Autres actifs financiers non courants	35,9	-	35,9	35,9	-	-	35,9
Créances clients	345,3	(15,7)	329,6	329,6	-	-	329,6
Instruments financiers dérivés	0,3	-	0,3	0,3	-	0,3	-
Autres actifs financiers courants	6,9	-	6,9	6,9	-	-	6,9
Autres actifs courants	190,2	(0,9)	189,3	189,3	-	-	189,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie	256,4	-	256,4	256,4	117,5	-	138,9
ACTIFS	841,9	(16,6)	825,3	825,3	122,6	2,0	700,7

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 :

	Devise de Référence	% de détention	Juste valeur		Évaluation	
			30/06/2022	31/12/2021	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%	-	-	-	-
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	-
Pariocas	Euro (€)	2,4%	0,1	0,1	0,1	-
Entourage Solutions	Euro (€)	5,0%	3,0	3,0	3,0	-
Autres	Euro (€)	-	0,0	0,0	-	0,0
TOTAL DES INSTRUMENTS DE CAPITAUX PROPRES			6,8	6,8	5,1	1,7

Autres actifs financiers

La position au bilan est la suivante :

	30/06/2022	31/12/2021
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	27,4	19,5
Obligations convertibles	-	-
Dépôts de garantie et autres avances en comptes courants	2,5	2,6
Créances sur cessions de filiales	6,0	6,0
Autres actifs financiers	0,1	-
AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS	35,9	28,2
Créances sur cessions de filiales	2,8	2,8
Obligations convertibles	4,0	3,9
Autres actifs financiers	0,1	0,4
AUTRES ACTIFS FINANCIERS COURANTS	6,9	7,1

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

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 256,4 M€ au 30 juin 2022 contre 349,0 M€ au 31 décembre 2021.

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 2021, 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 2021 et 30 juin 2022 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2021		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	126,0	126,0	-	126,0	-
Dettes locatives non courantes	17,4	17,4	-	17,4	-
Autres dettes non courantes	0,2	0,2	-	0,2	-
Dettes financières courantes	1,1	1,1	-	1,1	-
Dettes locatives courantes	4,9	4,9	-	4,9	-
Autres passifs financiers courants	11,2	11,2	-	11,2	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	432,0	432,0	-	432,0	-
Autres dettes d'exploitation	20,3	20,3	-	20,3	-
Dettes fiscales et sociales	129,2	129,2	-	129,2	-
Dettes sur immobilisations courantes	17,9	17,9	-	17,9	-
PASSIFS	760,2	760,2	-	760,2	-

	30/06/2022		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	125,8	125,8	-	125,8	-
Dettes locatives non courantes	16,0	16,0	-	16,0	-
Dettes financières courantes	1,7	1,7	-	1,7	-
Dettes locatives courantes	5,2	5,2	-	5,2	-
Autres passifs financiers courants	5,8	5,8	-	5,8	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	409,1	409,1	-	409,1	-
Autres dettes d'exploitation	22,4	22,4	-	22,4	-
Dettes fiscales et sociales	92,3	92,3	-	92,3	-
Dettes sur immobilisations courantes	22,6	22,6	-	22,6	-
PASSIFS	701,0	701,0	-	701,0	-

Dettes financières

Les positions d'endettement sont les suivantes :

	30/06/2022	31/12/2021
Dettes bancaires et obligataires	125,7	125,8
Autres	0,1	0,1
TOTAL DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	125,8	126,0
Dettes bancaires et lignes de crédits	1,7	1,1
TOTAL DETTES FINANCIÈRES COURANTES	1,7	1,1

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 2022) ;
- d'un prêt garanti par l'Etat et d'un emprunt bancaire de 0,8 M€ mis en place 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 2021.

Au 30 juin 2022, ces lignes ne sont pas tirées (elles ne l'étaient pas non plus au 31 décembre 2021).

Par ailleurs, le Groupe dispose d'une ligne de crédit auprès de son actionnaire principal (RTL Group Vermögensverwaltung GmbH) pour un tirage maximal de 50,0 M€. Au 30 juin 2022, cette ligne n'est pas tirée.

Autres passifs financiers :

Les autres passifs financiers courants de 5,8 M€ incluent principalement la dette relative au contrat d'achat à terme de 350 000 actions propres à échéance le 23 décembre 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
31/12/2021			
Instruments de capitaux propres	-	-	6,8
Instruments financiers dérivés	-	-	0,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	128,5	-
ACTIFS	-	128,5	6,8

	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
30/06/2022			
Instruments de capitaux propres	-	-	6,8
Instruments financiers dérivés	-	-	0,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	117,5	-
ACTIFS	-	117,5	7,1

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 2021	126 414	422	125 991
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	(211)	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	(21)	-
NOMBRE D' ACTIONS AU 31 DÉCEMBRE 2021	126 414	191	126 223
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	(37)	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	29	-
NOMBRE D' ACTIONS AU 30 JUIN 2022	126 414	182	126 232

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

Deux plans d'attribution d'actions de performance, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2022 (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 350 000 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 2022 :

	Provision pour retraite	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1^{er} janvier 2022	41,1	14,4	2,2	16,8	74,6
Dotation de la période	1,4	0,7	0,1	1,6	3,8
Utilisation	(0,5)	(0,5)	(0,5)	(8,2)	(9,6)
Reprise non utilisée	(0,0)	(1,4)	(0,8)	(4,2)	(6,4)
Autres variations	(10,1)	-	-	-	(10,1)
Au 30 juin 2022	32,0	13,2	1,1	6,1	52,3
Courant au 1 ^{er} janvier 2022	-	14,4	2,2	16,8	33,4
Non courant au 1 ^{er} janvier 2022	41,1	-	-	-	41,1
TOTAL	41,1	14,4	2,2	16,8	74,6
Courant au 30 juin 2022	-	13,2	1,1	6,1	20,4
Non courant au 30 juin 2022	32,0	-	-	-	32,0
TOTAL	32,0	13,2	1,1	6,1	52,3

Aux 30 juin 2022 et 31 décembre 2021, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2022	31/12/2021
Télévision	31,5	45,1
Radio	17,0	20,4
Production et Droits Audiovisuels	3,2	3,7
Diversifications	0,7	5,3
Autres	0,1	0,1
TOTAL	52,3	74,6

- 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 %	30/06/2022	31/12/2021
Taux d'actualisation	3,30	1,10
Augmentations de salaires futures *	2,89	2,89
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 :

	30/06/2022	31/12/2021
Obligation à l'ouverture	41,1	42,8
Changement de méthode	-	(1,7)
Coût du service courant	1,2	2,5
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,2	0,4
Réductions	(0,0)	(0,5)
Prestations versées	(0,5)	(0,7)
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse financière	(10,2)	(1,1)
Écarts actuariels - Effet d'expérience	-	(0,4)
Variation de périmètre	0,1	(0,0)
OBLIGATION À LA CLÔTURE	32,0	41,1

- 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 24 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2021.

22. Événements post clôture

Le 1^{er} juillet 2022, le Groupe a décidé de convertir les obligations convertibles en actions (OCA) Miliboo émises à son profit dans le cadre de l'accord signé en 2019. A la suite de cette opération, le Groupe détient 21,40% du capital de Miliboo.

Selon une décision en date du 15 juillet 2022, l'Autorité de la concurrence autorise la cession des chaînes 6ter et TFX (Groupe TF1) au Groupe Altice. La réalisation de cette opération reste conditionnée à la réalisation effective de la fusion entre les groupes M6 et TF1.

Le 19 juillet, le Groupe a conclu l'acquisition de Malesherbes SAS (ex Cinéfrance 1888), société détentrice d'un catalogue de 22 longs métrages, principalement des comédies grand public parmi lesquelles *Babysitting 1 & 2*, *Barbecue* et *9 mois ferme*.

À la connaissance de la Société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2022 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.

FUN
RADIO

6

ADDITIONAL INFORMATION

6.1 STATUTORY AUDITORS'
REPORT (FRENCH VERSION
ONLY)

59

6.2 STATEMENT OF PERSON
RESPONSIBLE

60

6.1 STATUTORY AUDITORS' REPORT (FRENCH VERSION ONLY)

KPMG S.A.

Tour Eqho - 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 2022

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 consolidés semestriels condensés de la société Métropole Télévision, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2022, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes consolidés semestriels 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 consolidés semestriels 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 consolidés semestriels 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 consolidés semestriels condensés.

Paris-La Défense, le 26 juillet 2022

Les Commissaires aux Comptes

KPMG S.A.

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, 26 July 2022

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

Crédits photos

Guillaume MIRAND / Etienne JEANNERET / Wlad SIMITCH / Eric GARAUULT / Thomas PADILLA / Stéphane RUET / PASCO & CO /
Agence 1827 / M6 / W9 / 6ter / Gulli / Fun Radio



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

HALF YEAR FINANCIAL REPORT

JUNE 2022

2022



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE

92200 NEUILLY-SUR-SEINE

01 41 92 66 66

WWW.GROUPEM6.FR