
PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2020



S'ÉTONNER, VIBRER, PARTAGER



AVERTISSEMENT PRÉLIMINAIRE

LES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT, PARTICULIÈREMENT CELLES CONCERNANT LES PRÉVISIONS DES PERFORMANCES À VENIR DU GROUPE M6, SONT DES DÉCLARATIONS PRÉVISIONNELLES ET PEUVENT ÊTRE SUJETTES À CERTAINS RISQUES ET INCERTITUDES.

TOUTES LES RÉFÉRENCES À DES PERFORMANCES PASSÉES DU GROUPE M6 NE DOIVENT PAS ÊTRE PRISES COMME DES INDICATEURS DES PERFORMANCES FUTURES.

LE CONTENU DE CE DOCUMENT NE DOIT PAS ÊTRE CONSIDÉRÉ COMME UN DOCUMENT COMMERCIAL OU UNE SOLlicitATION À L'ACHAT OU À LA VENTE D'ACTIONS DU GROUPE M6.

LES INFORMATIONS, TABLEAUX ET ÉTATS FINANCIERS FIGURANT NOTAMMENT EN ANNEXE DU PRÉSENT DOCUMENT SONT EN ATTENTE DE CERTIFICATION PAR LES COMMISSAIRES AUX COMPTES ET DE DÉPÔT À L'AMF (DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL INTEGRANT LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL).



____ GROUPE M6 _____

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2020

____ INTRODUCTION _____

____ ACTIVITÉS _____

____ COMPTES _____

____ PERSPECTIVES _____

A woman with dark hair, wearing a blue denim jacket, is smiling and posing outdoors. She is standing in front of a blurred background of green trees and foliage. The image is partially covered by a large, light-colored diagonal shape that serves as a background for the text.

INTRODUCTION



INTRODUCTION

UNE RÉPONSE AGILE À LA CRISE SANITAIRE



Ralentissement
économique



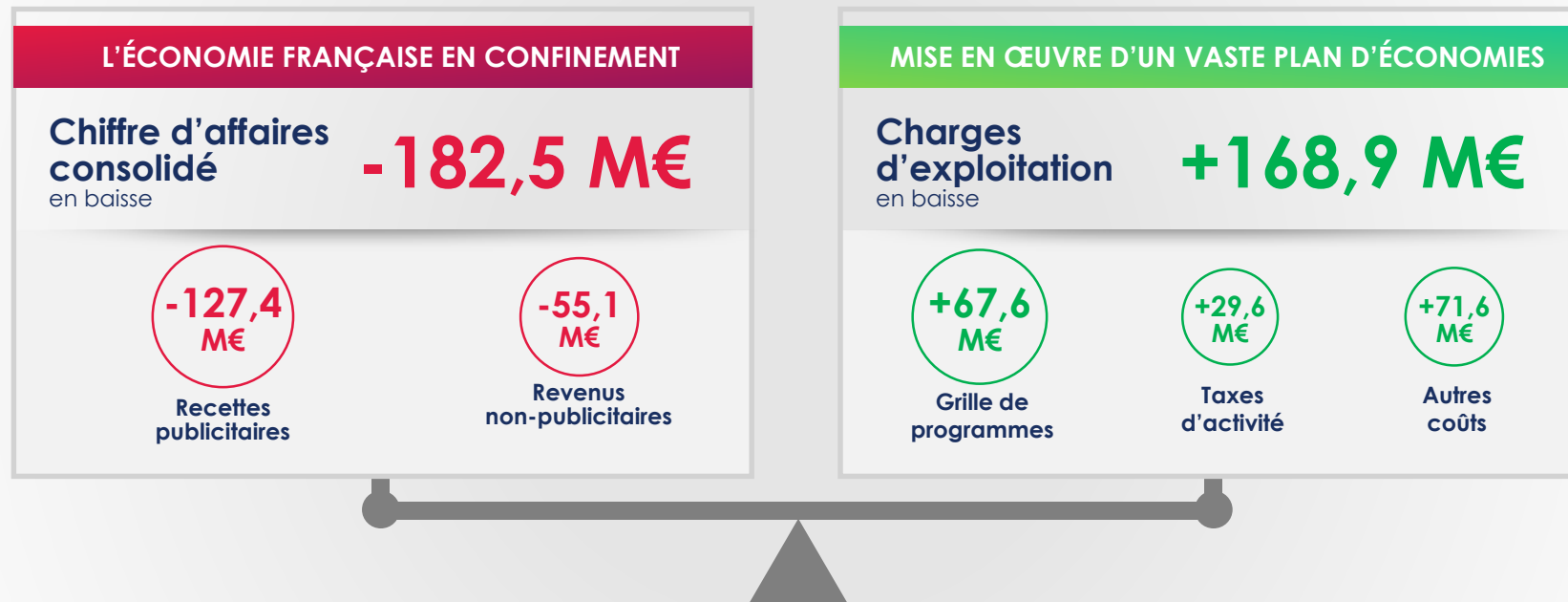
Adaptation de l'offre éditoriale des médias du Groupe

- Renforcement de l'Information
- Création de nouveaux programmes (*Tous en Cuisine, ...*)
- Intensification des passerelles antennes TV/Radio/Digital



Lancement d'un vaste plan d'économies

UNE RÉPONSE AGILE À LA CRISE SANITAIRE



GRÂCE À SON AGILITÉ OPÉRATIONNELLE, LE GROUPE PARVIENT À AMORTIR 93% DE LA BAISSE ORGANIQUE DE SES REVENUS PAR DES ÉCONOMIES DE COÛTS

TROIS OPÉRATIONS STRUCTURANTES



100%



Global Savings Group

42%

Renforcement du Groupe dans le marketing et les technologies digitales

Développement à l'international

M6 1^{er} actionnaire de la nouvelle structure (42%)



100%



50%



50%

Objectif d'accélérer la capacité d'innovation du Groupe dans le streaming

Développement à l'international

Cession de 100% du capital



Pérennité du modèle économique du téléachat grâce au rapprochement avec l'autre acteur majeur du secteur en France

Contrat de diffusion des programmes de téléachat sur les antennes du Groupe

PLUS-VALUES SUR
CESSIONS EN 2020
123,5 M€



EBITA
270,7 M€



**2^{ème} plus haut
historique**

**MARGE
OPÉRATIONNELLE**
21,3%
+1,7 point



**plus haut depuis
20 ans**

RÉSULTAT NET
276,6 M€



**2^{ème} plus haut
historique**



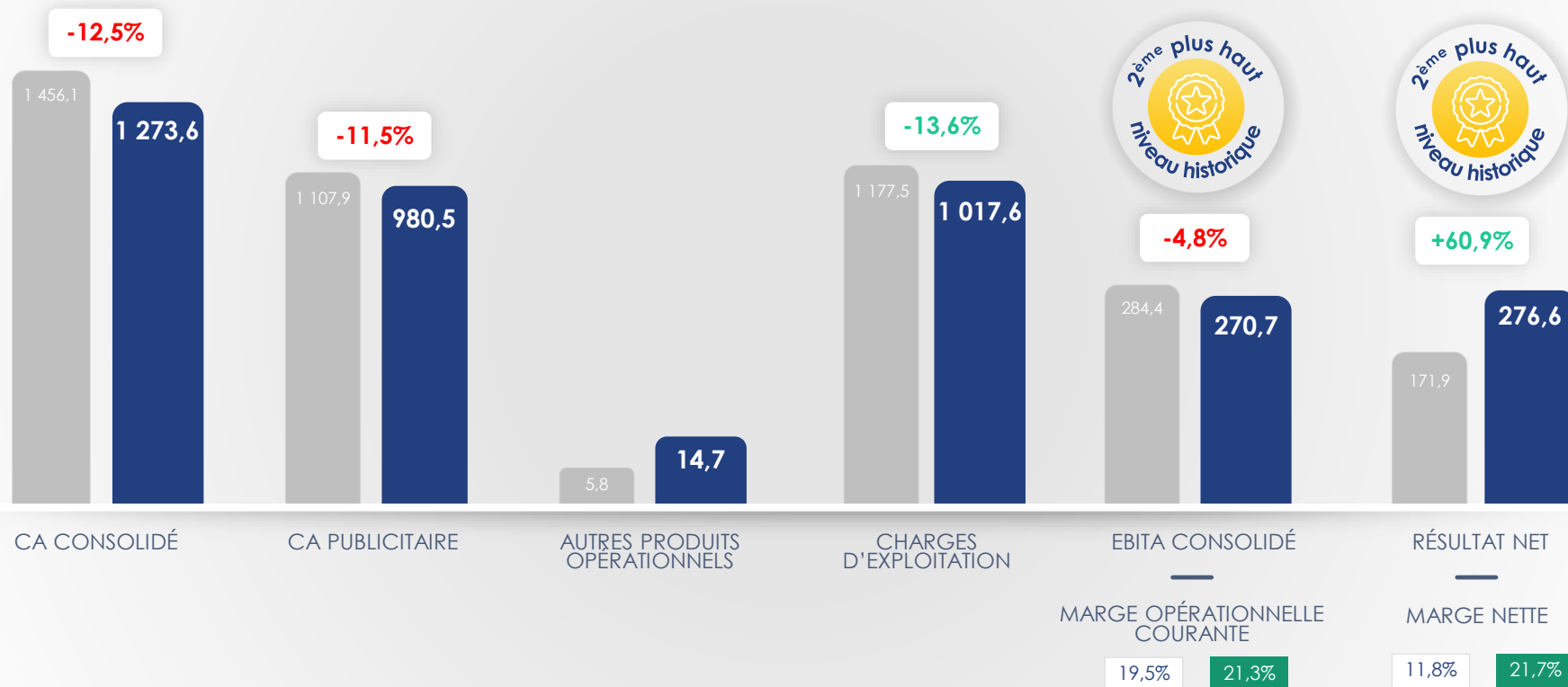
LES CHIFFRES CLÉS 2020



DES RÉSULTATS HISTORIQUES MALGRÉ LE COVID-19

CHIFFRES CLÉS (M€)

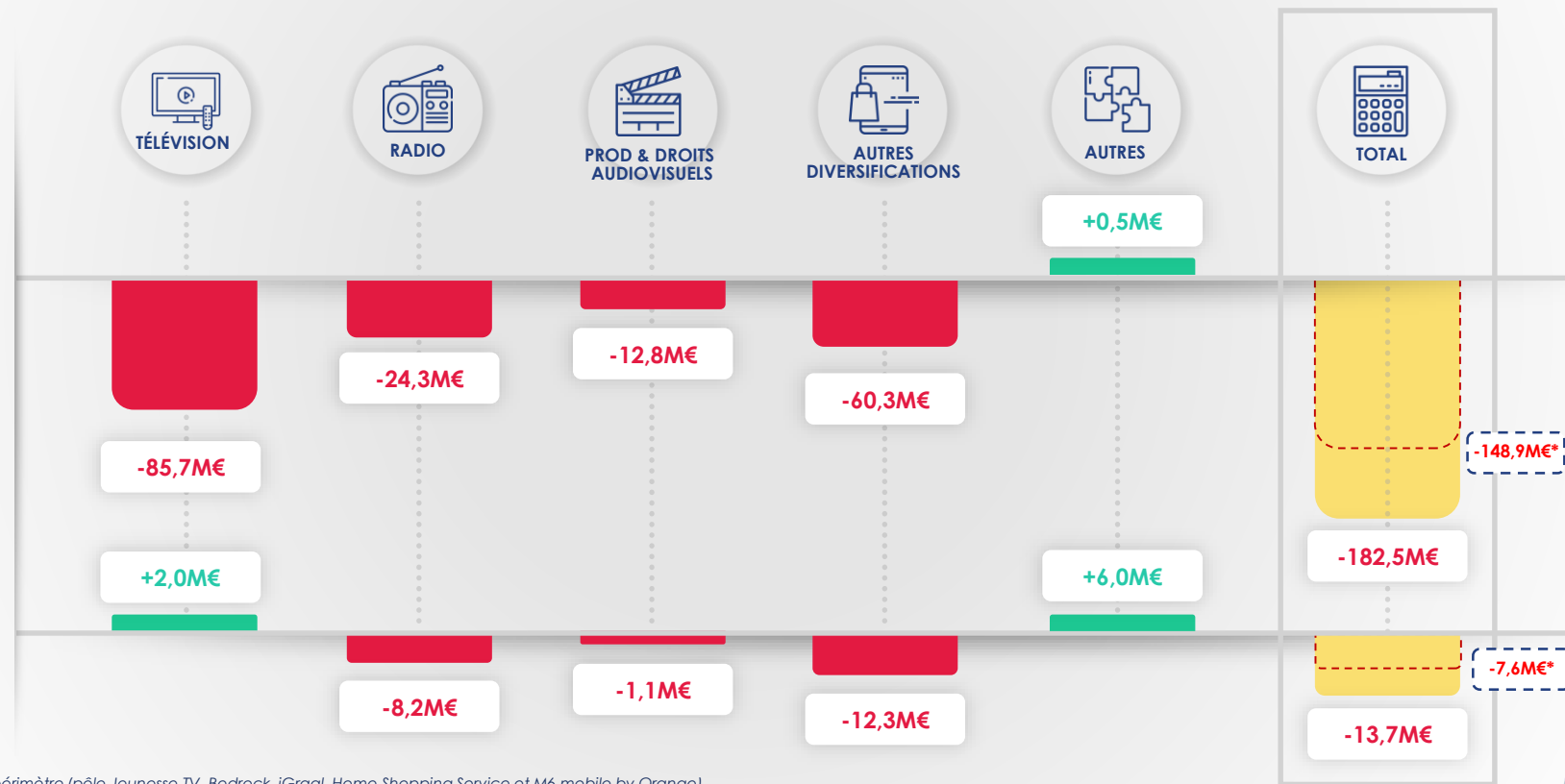
■ 2019 ■ 2020



LA BAISSSE DU CA LIÉE AU CONTEXTE COVID-19 ET AUX SORTIES DU PÉRIMÈTRE CONSOLIDÉ EST COMPENSÉE PAR LA RÉDUCTION DES COÛTS

VARIATION
CHIFFRE
D'AFFAIRES
2020 VS 2019

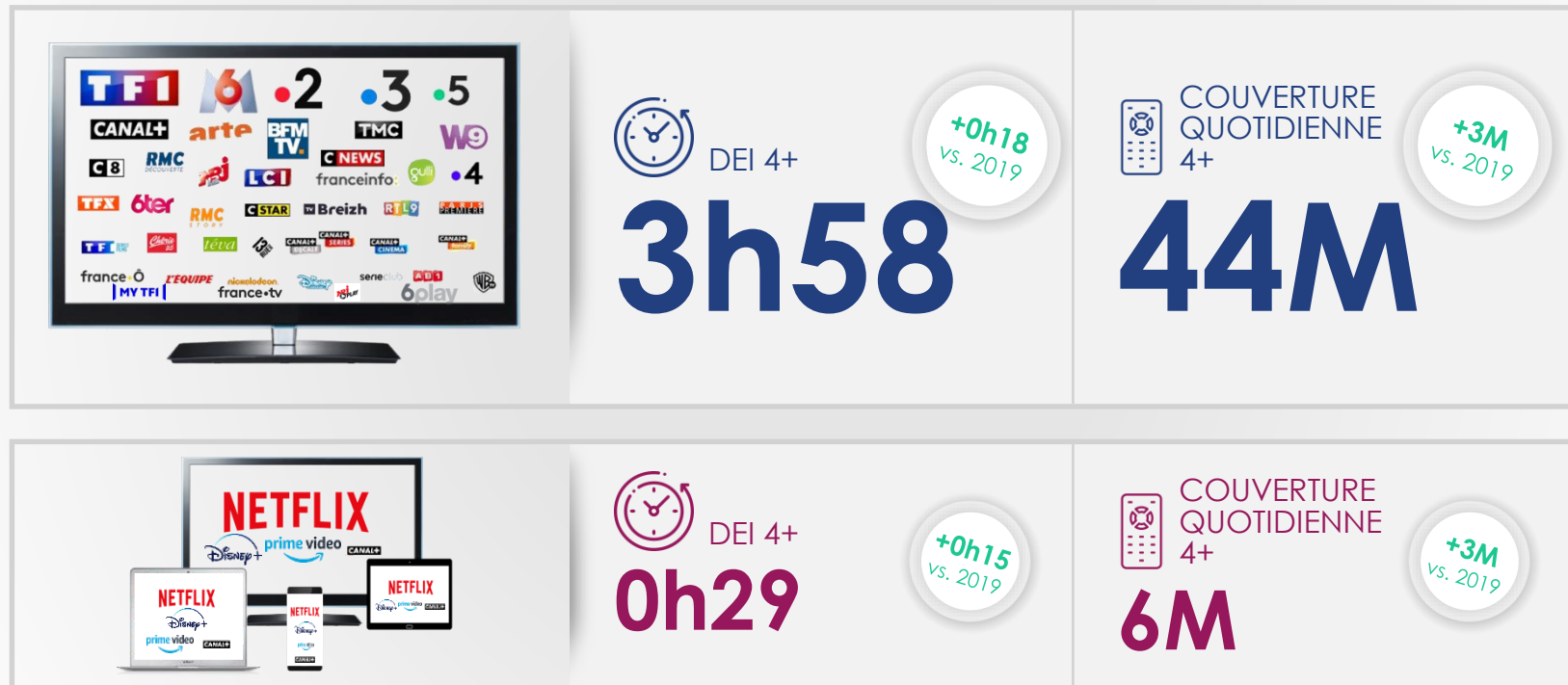
VARIATION
EBITA
2020 VS 2019





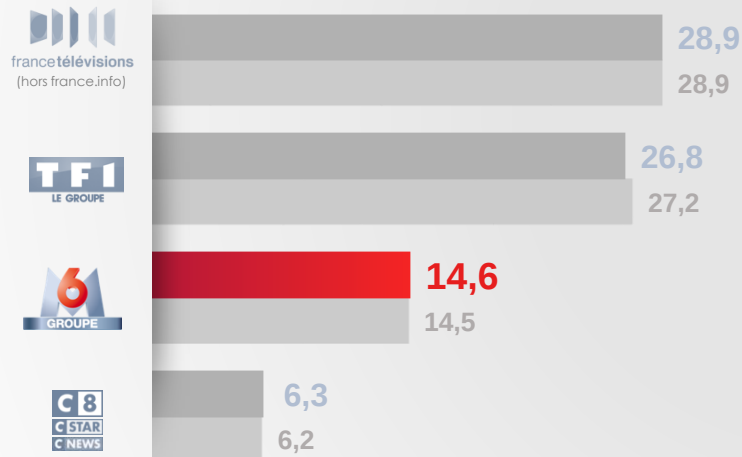
TÉLÉVISION AUDIENCES

LA CONSOMMATION DE LA TV BONDIT, À SON PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE, LOIN DEVANT CELLE DES PLATEFORMES DE SVOD

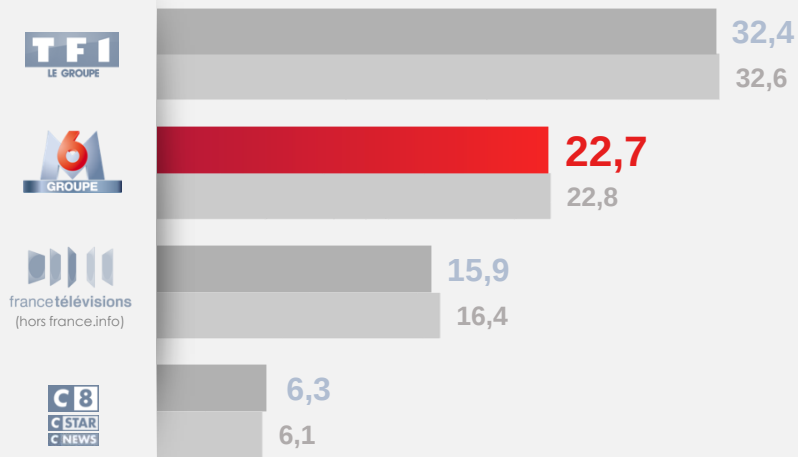


PARTS D'AUDIENCE 4+ ET FRDA-50 DES GROUPES (%)

PARTS D'AUDIENCE 4+ (%)



PARTS D'AUDIENCE FRDA-50 (%)



TÉLÉVISION – AUDIENCES

PROGRESSION DE L'AVANT-SOIRÉE

PART D'AUDIENCE FRDA-50
LUNDI-VENDREDI
17H30 – 21H00



17,4%



+0,9pt



18% FRDA-50
1,8 M



16% FRDA-50
2,1 M



22% FRDA-50
3,1 M

Audience en hausse de
+20% en un an

Série préférée
des français –
fiction quotidienne
la plus regardée



TOUS EN
CUISINE
EN DIRECT
AVEC
CYRIL LIGNAC



LE 1945

SCÈNES
de
ménages

PUISSANCE DES MARQUES HISTORIQUES ET SUCCÈS DES NOUVEAUTÉS EN SOIRÉE



L'AMOUR
est dans le pré



**25% FRDA-50 et 4,1 M°
pour sa 15^{ème} saison**



**Meilleure saison
FRDA-50 depuis 8 ans**



**Meilleure saison
FRDA-50 historique**



**28% FRDA-50 et 3,5 M°
pour sa 9^{ème} saison**



**18% frda-50
Et 25% 25-34 ans**



32% FRDA-50 et 4,5 M



33% FRDA-50 et 4,5 M



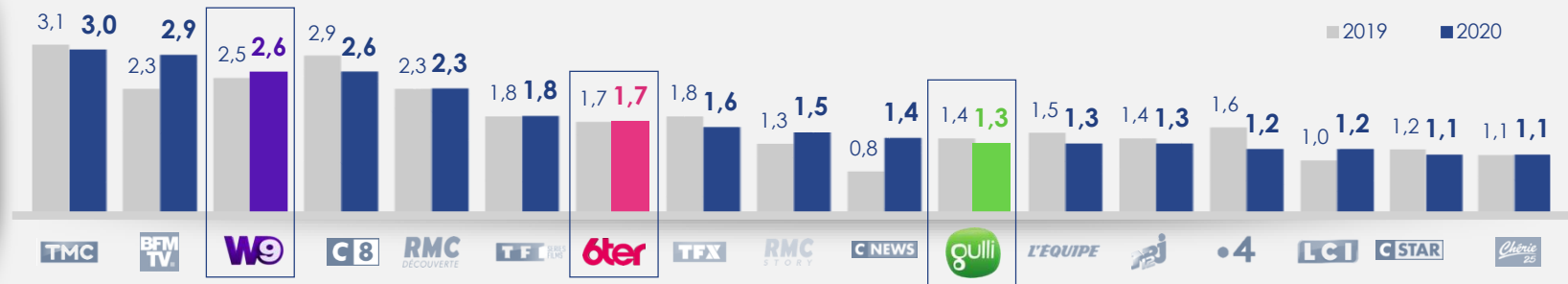
33% FRDA-50 et 4,4 M

TÉLÉVISION
AUDIENCES TNT

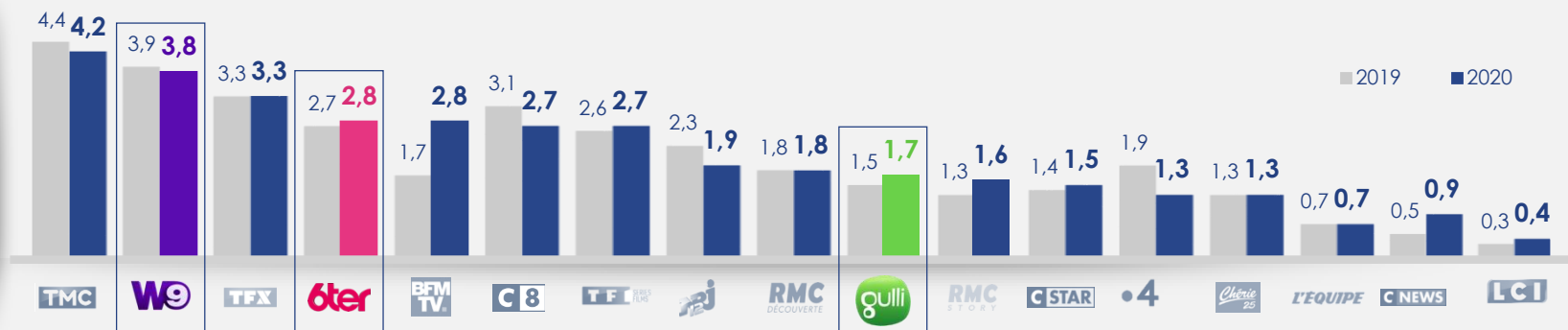


W9 PROGRESSE EN UN AN AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC, 6TER ET GULLI AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE

PART D'AUDIENCE 4+ (%)



PART D'AUDIENCE FRDA-50 (%)



ANNÉE RECORD POUR LES CHÂÎNES TNT DU GROUPE



MEILLEURE ANNÉE 4+ DEPUIS 7 ANS
2,6%

98/100 meilleures audiences
sur les écrans internet*



**Meilleure saison
historique pour le cross**
auprès des FRDA-50
8,9%



**Meilleure saison
historique**
auprès des FRDA-50
7,4%

Record pour la télé-réalité
sur la chaîne qui a atteint jusqu'à **1,5M°**

Offre de magazine la
plus puissante
de la TNT



Jusqu'à
1,0M°



Jusqu'à
0,9M°



MEILLEURE ANNÉE HISTORIQUE
4+ / FRDA-50
1,7% / 2,9%

**Leader
TNT HD**
SAISON 3



+50 films
ont dépassé les
0,5M°



Record historique
Jusqu'à **0,5M°**



MEILLEURE ANNÉE FRDA
AVEC ENFANT DEPUIS 8 ANS
2,6%



**Chaîne préférée
des familles****



L'animation
au top en journée jusqu'à
0,5M°



**Succès des
Films familiaux**
1,0M°

TÉLÉVISION
AUDIENCES
CHAÎNES PAYANTES



PARIS
PREMIÈRE

téva

2020 : PARIS PREMIÈRE ET TÉVA, DANS LE TOP 3 DES CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS PUISSANTES

P A R I S
PREMIÈRE

MEILLEURE ANNÉE HISTORIQUE 4+ / CSP+

N°1 : chaîne payante la plus regardée avec
15 millions de téléspectateurs chaque mois

Parts d'audience nationales en 2020 (été inclus)

4+
0,58%

CSP+
0,62%

+3 M
en un an

téva

TÉVA RENCONTRE ENCORE UN NET SUCCES
AUPRÈS DES FEMMES

Au plus haut depuis 3 ans avec
9 millions de téléspectateurs chaque mois

Parts d'audience nationales en 2020 (été inclus)

4+
0,23%

FRDA-50
0,44%

+40%
en un an



TÉLÉVISION AUDIENCES 6PLAY

6play

TÉLÉVISION –
AUDIENCES 6PLAY

SUCCÈS DES AUDIENCES SUR 6PLAY, VÉRITABLE PLATFORME AVOD



Relais non-linéaire des chaînes



Développement de l'offre
« Extended » (contenus exclusifs)



16,3M
d'utilisateurs
actifs mensuels

+46%
en un an



1,3 Md
de vidéos vues
en 2020

+10%
en un an



Attractivité
de l'offre
de ciblage
publicitaire de
6play



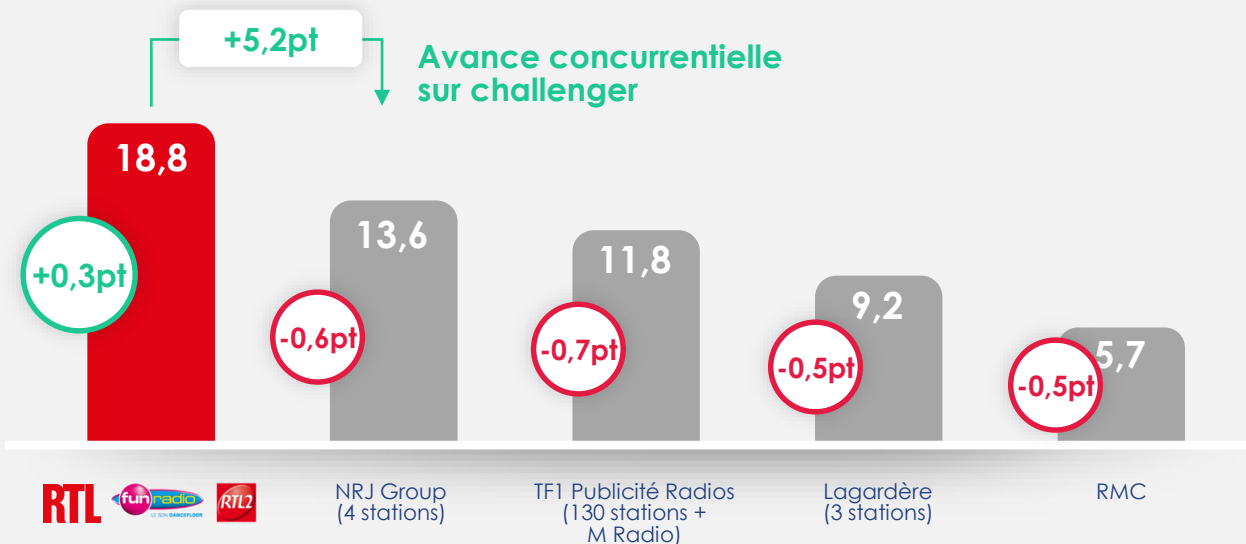
RADIO AUDIENCES



PÔLE RADIO : 1^{ER} GROUPE RADIO PRIVÉ

SEUL GROUPE PRIVÉ EN PROGRESSION SUR UN AN

Part d'audience
par groupe privé
(%)



PERTINENCE DU POSITIONNEMENT DES STATIONS DU PÔLE RADIO

RTL



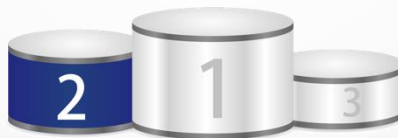
**13,0% de part
d'audience**
sur les 13 ans et +

1^{ère}
radio privée de France
*RTL réalise plus de 2 fois
l'audience de son challenger*



**2,9% de part
d'audience**
sur les 13 ans et +

2^{ème}
radio musicale sur les 25-49 ans



**2,9% de part
d'audience**
sur les 13 ans et +

2^{ème}
radio musicale sur les CSP+



ACCÉLÉRATION DES SYNERGIES TV/RADIO

INTENSIFICATION DES CAMPAGNES DE PUBLICITÉ CROISÉE

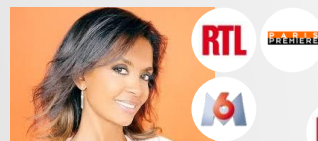


MULTIPLICATION PAR 5
DES **CONTACTS PUBLICITAIRES**
GÉNÉRÉS PAR LES CAMPAGNES
RTL, RTL2 ET FUN RADIO SUR LES
ANTENNES TV EN CLAIR DU
GROUPE

DIFFUSION D'ÉMISSIONS CONJOINTES



DÉVELOPPEMENT DES PASSERELLES RADIO/TV POUR LES ANIMATEURS



MARCHÉ PUBLICITAIRE



2. MARCHÉ PUBLICITAIRE

LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 IMPACTÉ PAR LA CRISE SANITAIRE

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE NET DU GROUPE M6 (M€)

1 107,9

-11,5%

980,5

2019

2020

TV



930,4

-12,7%
Hors pôle
Jeunesse

-10,8%

829,5

2019

2020

AUTRES
ACTIVITÉS



177,5

-14,9%

151,0

2019

2020

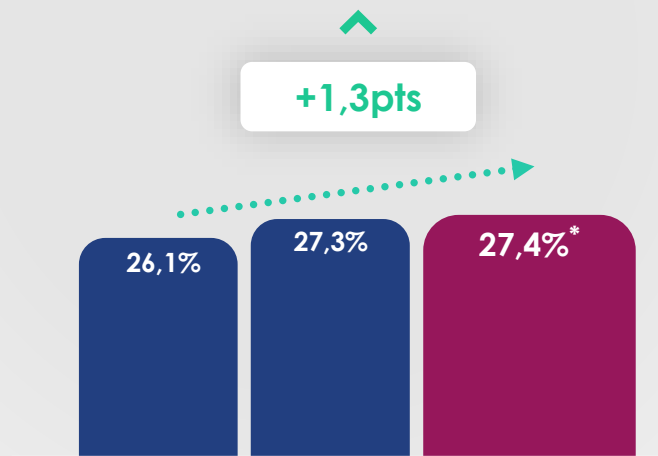
MARCHÉ PUBLICITAIRE
**LA RÉGIE
PUBLICITAIRE
DU GROUPE M6
RENFORCE
SA POSITION SUR
LE MARCHÉ TV**

**ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE
TV NETTE DES CHAÎNES ET SERVICES ASSOCIÉS DU
GROUPE M6 DEPUIS 2018 EN %**

■ 2018/2019
■ 2020

INTÉGRATION 
PERFORMANCE
DES ACTIVITÉS HISTORIQUES

+1,3pts



TV & RADIO CHIFFRES CLÉS



100+% DE LA BAISSE DES REVENUS COMPENSÉS PAR DES ÉCONOMIES DE COÛTS



Baisse du CA
Publicitaire



Plan d'économies sur
la grille et les frais de
structure

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

1 013,6

-8,5%

927,9

EBITA (M€)

■ 2019

■ 2020

223,6

+0,9%

225,6

66% DE LA BAISSÉ DES REVENUS COMPENSÉS PAR DES ÉCONOMIES DE COÛTS

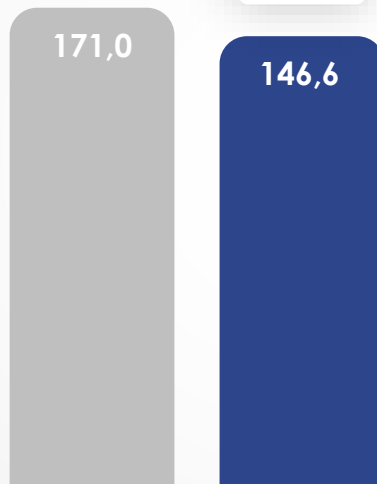


Baisse du CA
Publicitaire



Plan d'économies sur
la grille et les frais de
structure

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)

■ 2019 ■ 2020



PRODUCTION
& DROITS
AUDIOVISUELS

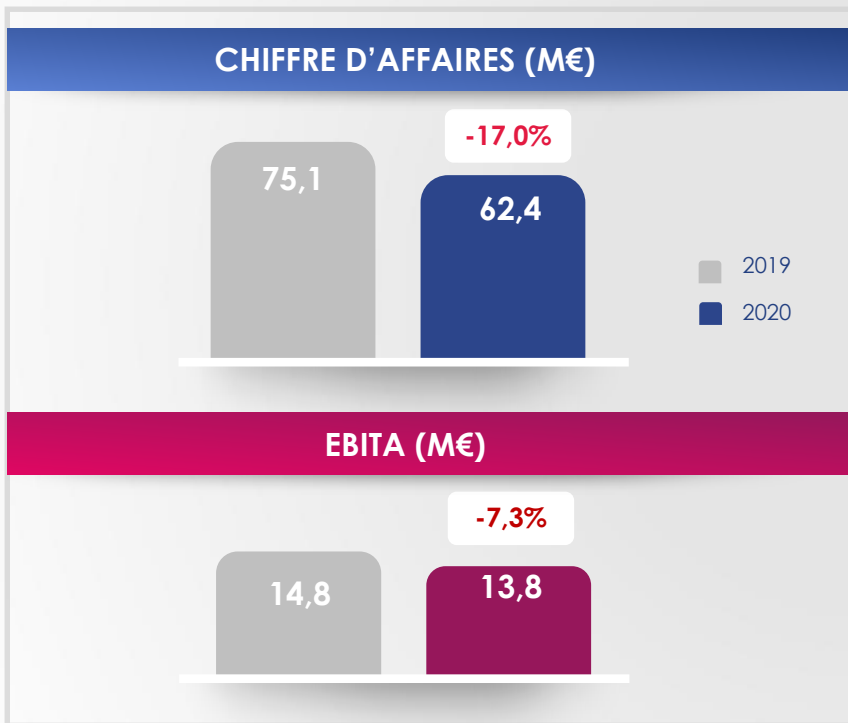
LAMBERT
WILSON

DE
GAULLE

ISABELLE
CARRE



PRÉSERVATION DE LA RENTABILITÉ MALGRÉ LA FERMETURE DES CINÉMAS



CINÉMA

FERMETURE DES
SALLES PENDANT PLUS
DE 5 MOIS



4,9M
D'ENTRÉES EN FRANCE

-4,1M
vs 2019

1,1 M
ENTRÉES



0,9 M
ENTRÉES



0,6 M
ENTRÉES



DROITS AUDIOVISUELS

**SURCONSOMMATION DU CATALOGUE DE FILMS PAR
LES CHÂÎNES DE TV ET LES PLATEFORMES VOD PENDANT
LA CRISE SANITAIRE**



Chercher : tarte aux fraises, gâteau au chocolat, gratin dauphinois...

AUTRES DIVERSIFICATIONS

Gâteaux tout en un

Voici des recettes de gâteaux ultra réconfortants qui ont du cœur... Et occuper vos longues soirées d'hiver.



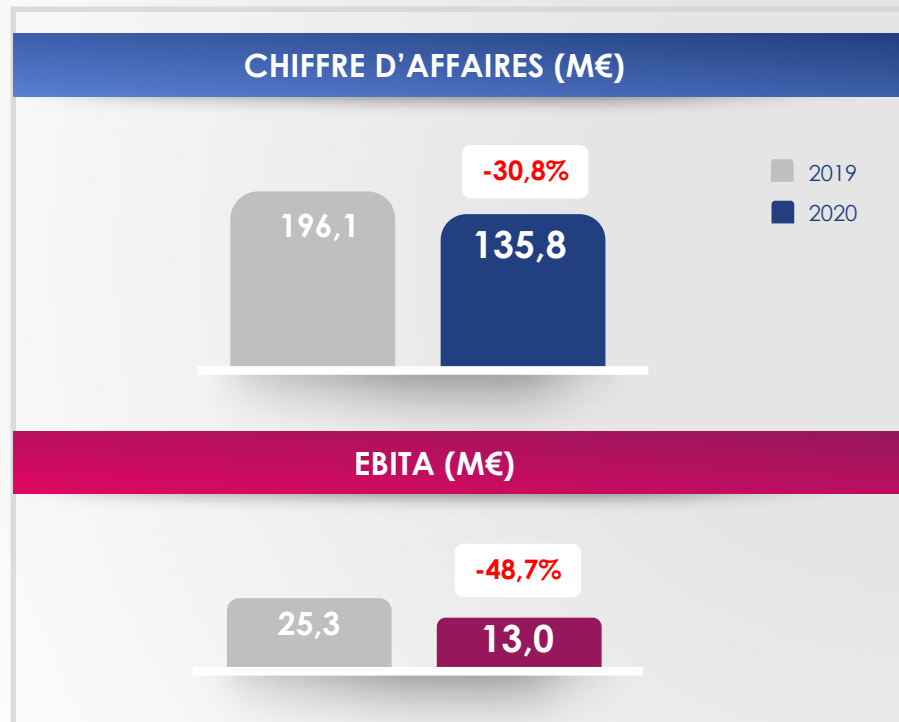
Inspirations recettes, bon

Toujours plus d'inspiration en cuisine grâce à nos recettes faciles



AUTRES DIVERSIFICATIONS

POURSUITE DE LA ROTATION DU PORTEFEUILLE DE DIVERSIFICATIONS CONSOLIDÉES...



ACTIVITÉS DÉCONSOLIDÉES



CESSION LE
1^{ER} OCTOBRE
2020



APPORT EN
MARS 2020



FIN DU
CONTRAT LE
30 JUIN 2019

ACTIVITÉS POURSUIVIES



CA EN BAISSÉ

**Impact des restrictions
sanitaires :**

Fermeture des salles
de spectacles
(M6 Interactions)

Fermeture des points
de vente de Best of TV
pendant les périodes
de confinement

EBITA EN HAUSSE

Bonne tenue des coûts

... AU PROFIT DU PORTEFEUILLE D'ACTIFS NON CONSOLIDÉS, RÉSERVOIR DE VALEUR POUR LE GROUPE M6

INVESTISSEMENTS DANS DES ACTIFS À FORT POTENTIEL ET PRÉSENTS SUR DES MARCHÉS DIVERSIFIÉS

STREAMING VIDÉO



Détenu à 50%

Valeur comptable
de la participation
14 M€

Quote-part de résultat 2020 :
-3,8 M€

Technologie clé

Principaux clients: 6play, Salto,
RTL Nederland, RTL Belgium...

MARKETING DIGITAL



Global Savings Group

Détenu à 42%

Valeur comptable
de la participation
95 M€

Quote-part de résultat 2020 :
1,5M€

Marché en forte croissance

Présence sur plus de 20 marchés

2 millions de transactions générées
chaque mois

HORS MEDIA ADOSSÉS AU CORE BUSINESS



stéphaneplaza

Détenu à 49%

Valeur comptable
de la participation
7 M€

Quote-part de résultat 2020 :
2,9 M€

Marché dynamique de la
franchise

Plus de 500 agences déjà
ouvertes

AUTRES

SALTO



Valeur comptable
des participations
6 M€

Quote-part de résultat 2020 :
-9,6 M€



COMPTES



ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2019 retraité ¹	31 décembre 2020	Variation 2020 / 2019 (M€)
Chiffre d'affaires	1 456,1	1 273,6	(182,5)
Autres produits opérationnels	5,8	14,7	8,9
Total des produits opérationnels	1 461,9	1 288,2	(173,6)
Consommations et autres charges opérationnelles	(715,8)	(631)	84,8
Charges de personnel (yc participation)	(280,4)	(246,1)	34,3
Impôts, taxes, versements assimilés	(68,7)	(44,8)	24,0
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(112,6)	(95,6)	16,9
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	284,4	270,7	(13,7)
Plus-value sur cessions de filiales	1,0	123,5	122,5
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(10,5)	(13,2)	(2,7)
Résultat Opérationnel [EBIT]	274,9	381,0	106,1
Résultat financier	(4,6)	(4,9)	(0,3)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	4,5	(11,1)	(15,5)
Résultat courant avant impôt	274,7	365,0	90,3
Impôt sur le résultat	(101,5)	(88,5)	13
Résultat net des activités poursuivies	173,3	276,6	103,3
Profit ou perte après impôt des activités cédées	(1,4)	0	1,4
Résultat net de la période	171,9	276,6	104,6
Attribuable au Groupe	171,9	276,7	104,8
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	-	(0,1)	(0,1)

(1) Conformément à IAS 1 – Présentation des états financiers, les états financiers publiés au 31 décembre 2019 ont été retraités pour tenir compte de l'affectation définitive du goodwill constaté lors de l'acquisition du pôle Jeunesse TV. Cette allocation a un impact de -1,1 M€ sur l'EBIT (amortissement sur 4 mois) et de -0,8 M€ sur le résultat net.

COMPTES

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2019 Retraité ⁽¹⁾	31 décembre 2020	Variation 2020 / 2019 (M€)
Goodwill	299,8	282,2	(17,6)
Actif non courant	471,5	535,7	64,2
Actif courant	859,7	846,6	(13,1)
Trésorerie	45,9	197,0	151,1
Actifs détenus en vue de la vente ⁽²⁾	49,2	-	(49,2)
TOTAL ACTIF	1 726,0	1 861,5	135,5
Capitaux propres part du groupe	772,2	1 060,3	288,2
Intérêts non-contrôlants	-	7,7	7,7
Passif non courant	254,3	210,2	(44,1)
Passif courant	669,7	583,2	(86,5)
Passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente ⁽²⁾	29,8	-	(29,8)
TOTAL PASSIF	1 726,0	1 861,5	135,5

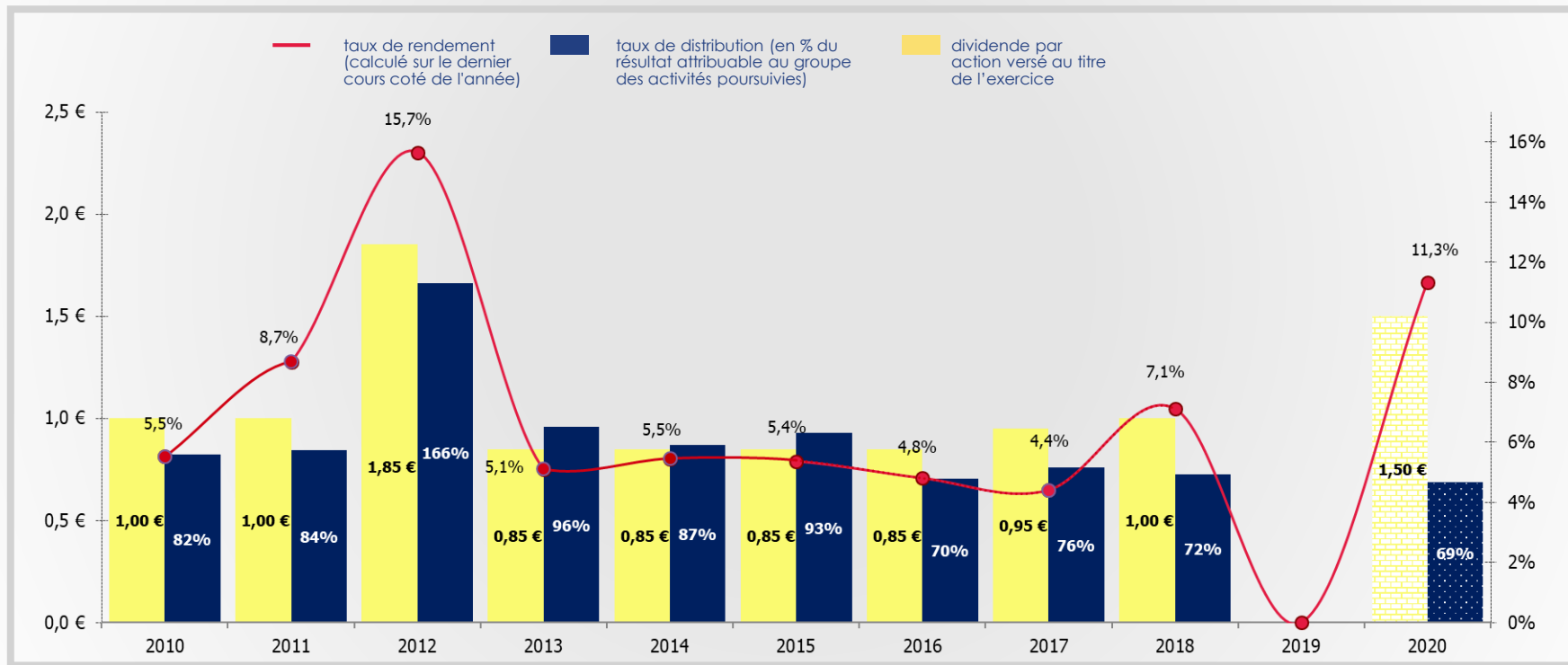
(1) Conformément à IAS 1 – Présentation des états financiers, les états financiers publiés au 31 décembre 2019 ont été retraités pour tenir compte de l'affectation définitive du goodwill constaté lors de l'acquisition du pôle Jeunesse TV. Cette allocation a un impact de -1,1 M€ sur l'EBIT (amortissement sur 4 mois) et de -0,8 M€ sur le résultat net.

(2) Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les actifs et passifs de la société iGaal sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 31 décembre 2019 comme des « actifs ou passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente »

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	31 décembre 2019	31 décembre 2020	Variation 2020 / 2019 (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	399,2	354	(45,1)
Variation de BFR d'exploitation	(28,4)	(8,2)	20,2
Impôt	(94,0)	(99,2)	(5,2)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	276,7	246,6	(30,1)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(323,4)	(40,1)	283,3
Eléments récurrents	(100,5)	(73,5)	27,1
Eléments non récurrents	(222,9)	33,4	256,2
Flux de trésorerie des activités de financement	(39,6)	(54,9)	(15,3)
Distribution de dividendes	(125,8)	-	125,8
Opérations en capital	(5,3)	(3,9)	1,4
Financement des croissances externes	100,0	(25)	(125,0)
Apports en comptes courants des coentreprises	-	(19,6)	(19,6)
Remboursement des dettes locatives	(8,0)	(6,6)	1,4
Autres	(0,5)	0,3	0,8
Flux de trésorerie des activités cédées	-	-	-
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,1	(0,5)	(0,6)
Variation globale de trésorerie	(86,1)	151,1	
Trésorerie des actifs détenus en vue de la vente	(0,8)	-	0,8
Trésorerie à l'ouverture	132,8	45,9	(86,9)
Trésorerie à la clôture	45,9	197,0	151,1
Trésorerie nette de clôture	(98,7)	87,2	185,9

PROPOSITION DE VERSEMENT D'UN DIVIDENDE PAR ACTION DE 1,50€



PERSPECTIVES

CHALLENGES 2021 : SE RENFORCER SUR SON CŒUR DE MÉTIER DANS UN CONTEXTE ENCORE MARQUÉ PAR LA CRISE SANITAIRE



Saisir la reprise
publicitaire

SALTO

Poursuivre le
développement
de Salto



Poursuivre
l'intégration
Radio/TV



Exécuter
le plan de
synergies avec le
pôle TV Jeunesse



Développer la
publicité ciblée



Obtenir le
rééquilibrage des
conditions de
concurrence entre
les acteurs
internationaux et
français

QUESTIONS RÉPONSES

