



PRÉSENTATION
DES RÉSULTATS DU
1^{ER} SEMESTRE

2019



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 REFLÈTENT L'INFORMATION FINANCIÈRE DISPONIBLE DANS LE RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL, CERTIFIÉ PAR LES COMMISSAIRES AUX COMPTES ET QUI SERA DÉPOSÉ À L'AMF.

GROUPE M6

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU 1^{er} SEMESTRE 2019

1. CHIFFRES CLÉS
2. ACTIVITÉS
3. COMPTES
4. ACQUISITION DU PÔLE TÉLÉVISION
DE LAGARDÈRE





CHIFFRES CLÉS

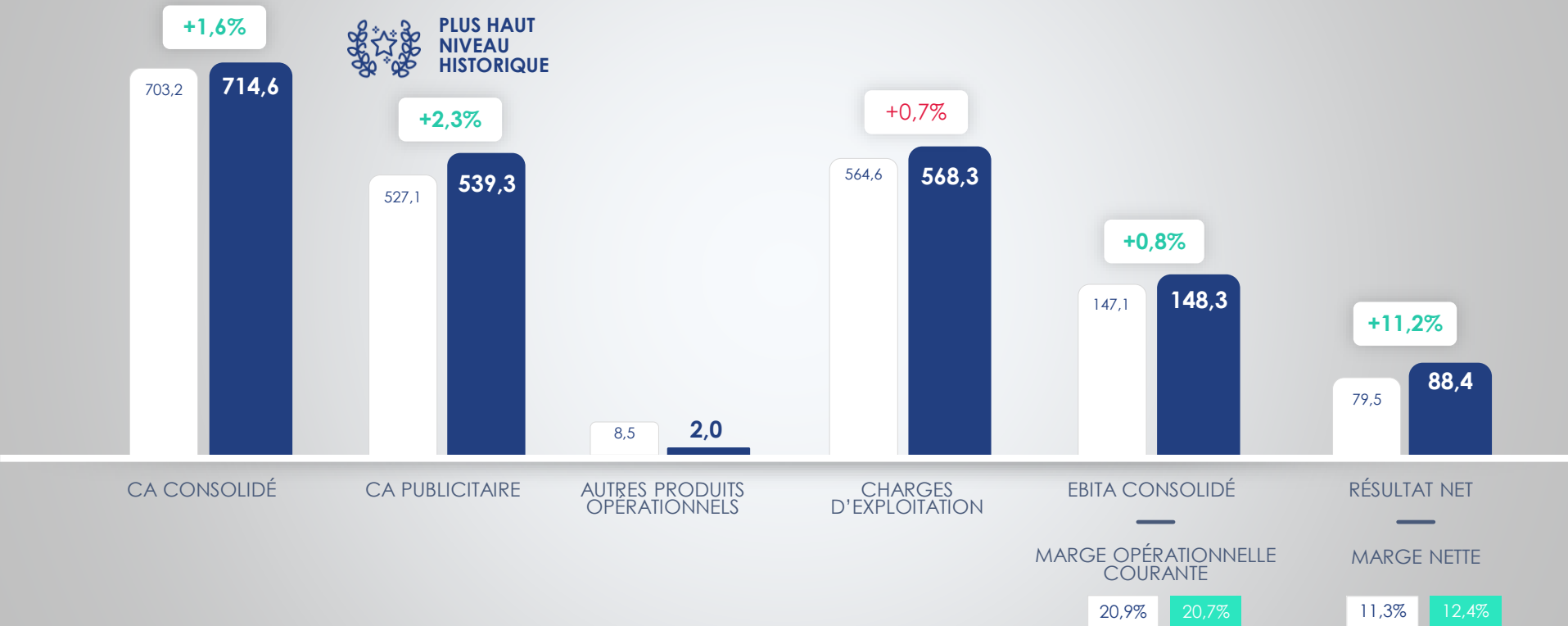


1. INTRODUCTION - CHIFFRES CLÉS DES RÉSULTATS SOLIDES

CHIFFRES CLÉS (M€)

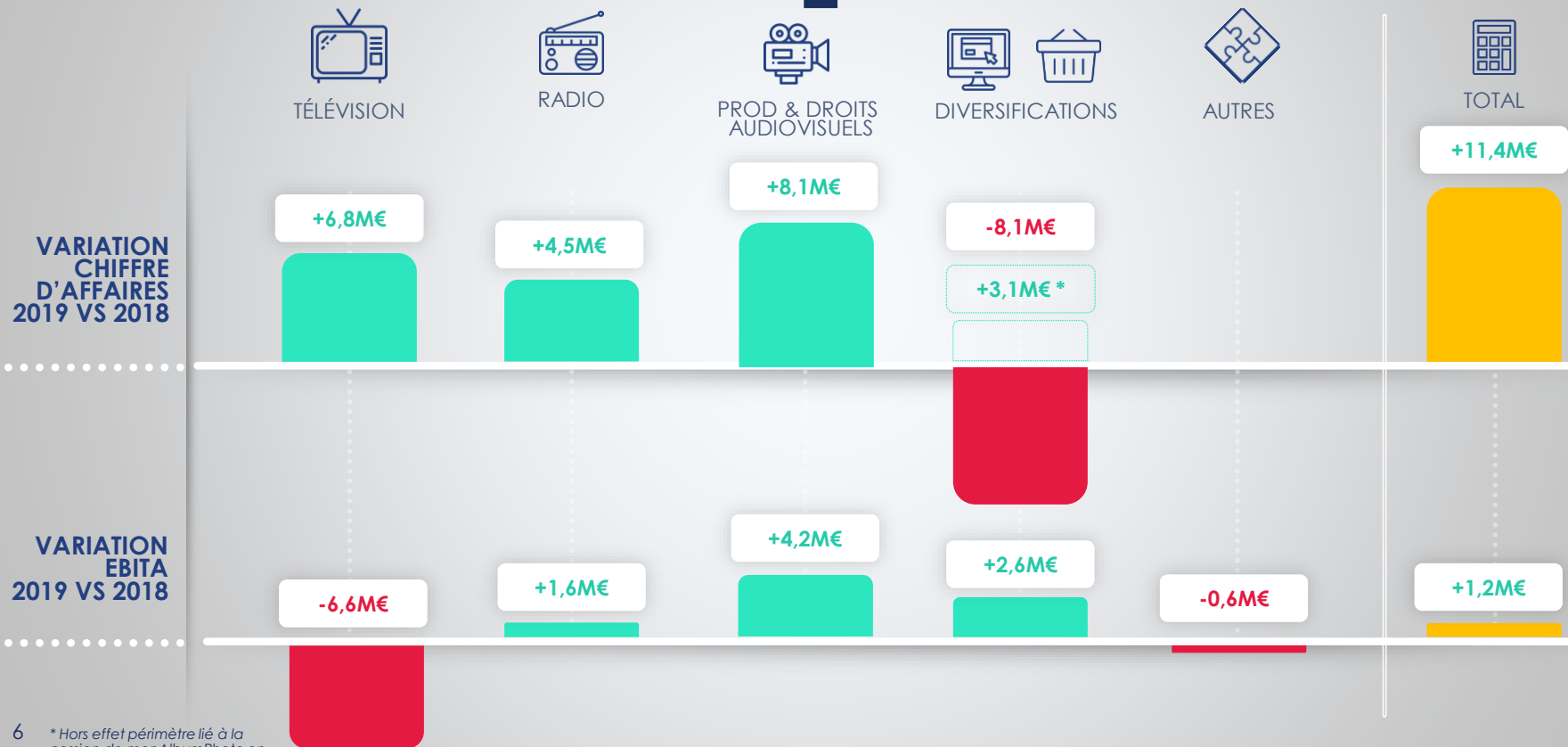
■ S1 2018

■ S1 2019



1. INTRODUCTION - CHIFFRES CLÉS

LA PERFORMANCE DES AUTRES MÉTIERS ABSORBE LA HAUSSE DES INVESTISSEMENTS DANS LE CORE-BUSINESS TV



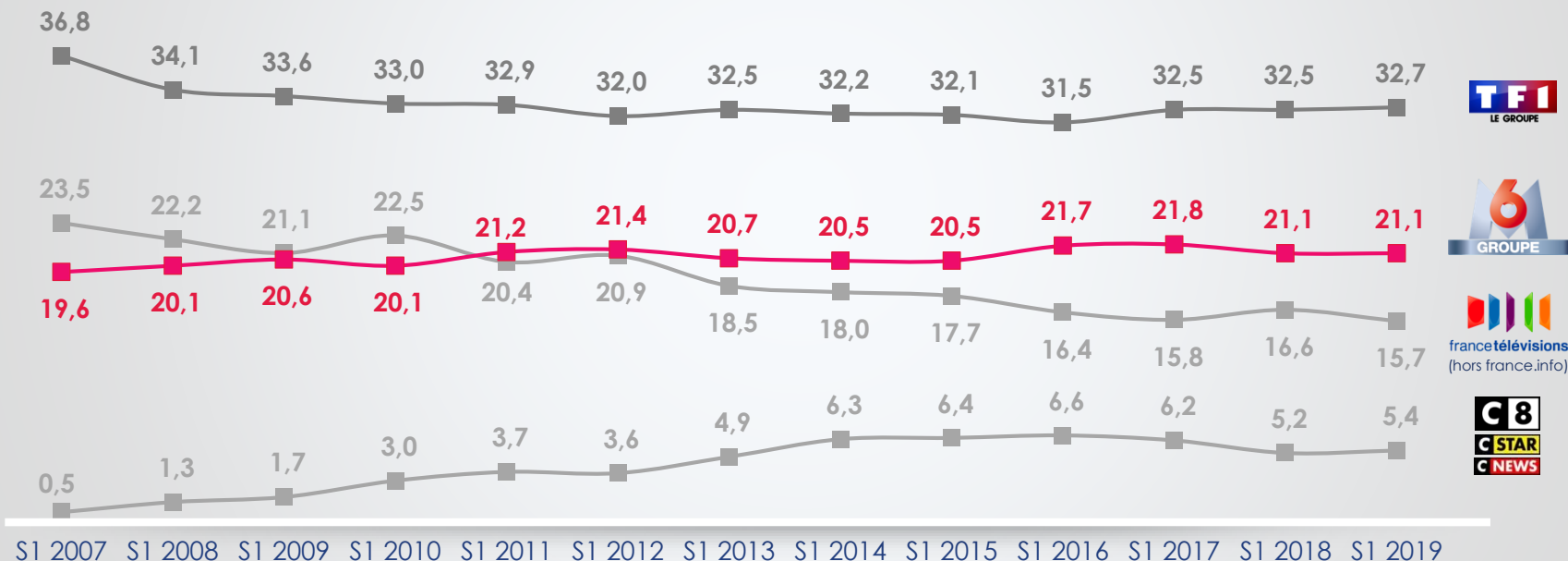


AUDIENCES TÉLÉVISION



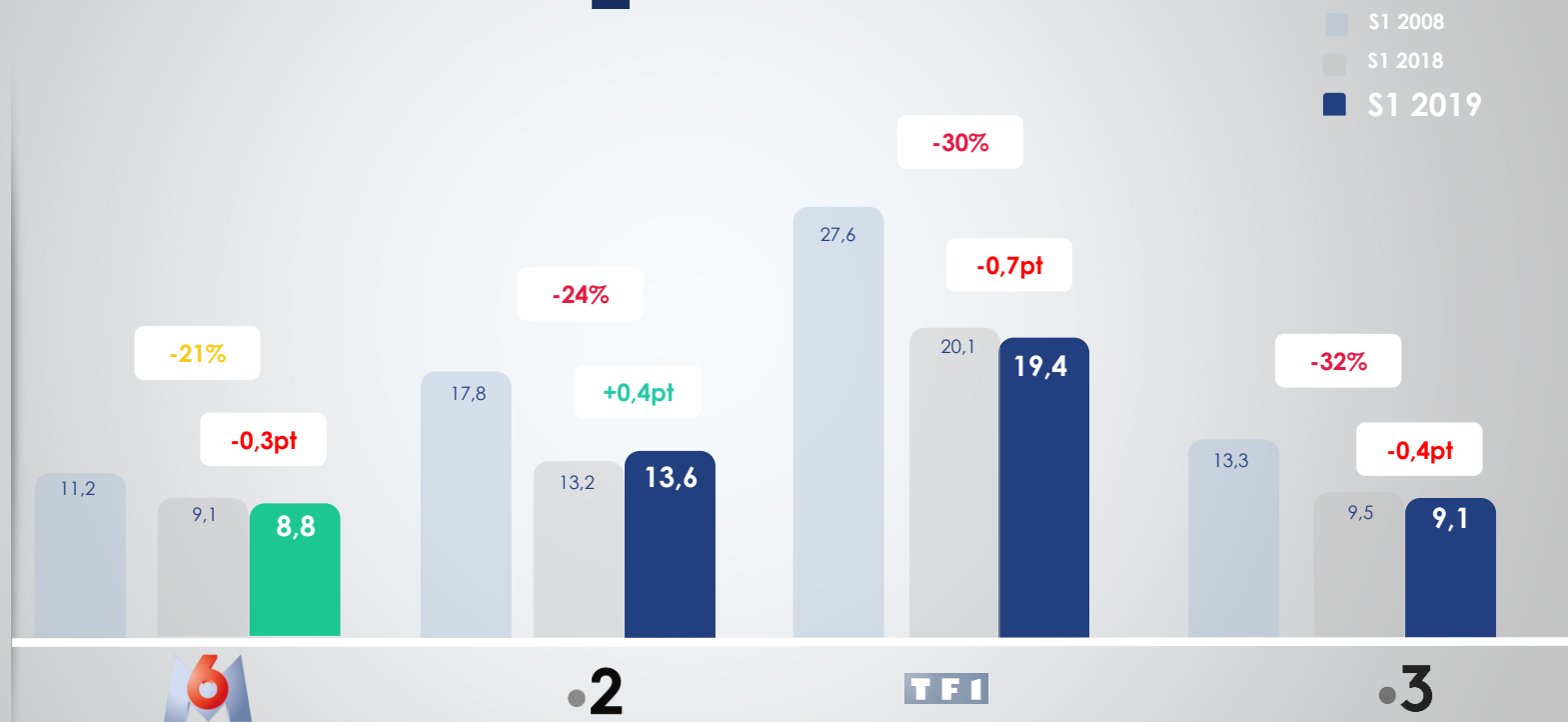
2019 : M6, 2^{ÈME} GROUPE SUR LA CIBLE COMMERCIALE

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



2. AUDIENCES - TÉLÉVISION

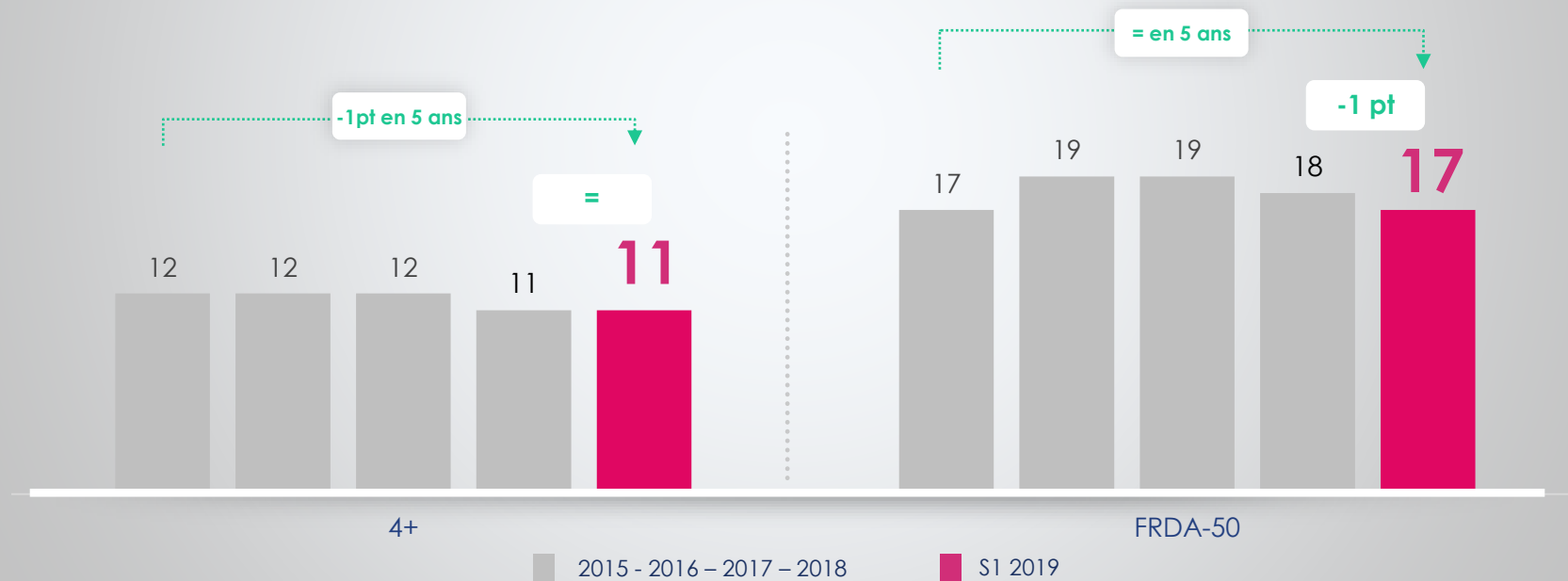
M6 EST LA CHAÎNE HISTORIQUE QUI A LE MIEUX RÉSISTÉ À LA FRAGMENTATION DU MARCHÉ



2. AUDIENCES - TÉLÉVISION

2019 : EN SOIRÉE, LA CHAÎNE M6 DÉLIVRE UNE PERFORMANCE SOLIDE GRÂCE À LA PUISSANCE DE SES MARQUES

PART D'AUDIENCE 4+ / FRDA-50 (%) / AUDIENCE EN M° DE TÉLÉSPECTATEURS
TRANCHE HORAIRE 21H10-23H00 - AUDIENCE CONSOLIDÉE



2. AUDIENCES - TÉLÉVISION

**SAISON 2018- 2019 :
LES MARQUES
HISTORIQUES DE M6
TOUJOURS PLUS
PUISSANTES**



2. AUDIENCES - TÉLÉVISION

EN AVANT PRIME, M6 DOMINE TF1 EN FRDA-50

PART D'AUDIENCE FRDA-50 VEILLE LUNDI-VENDREDI AU S1 2019
19H45 – 21H00



18,7%



17,4%



SAISON RECORD DEPUIS 7 ANS

22% FRDA-50
4,0M°



SAISON RECORD DEPUIS 3 ANS

20% FRDA-50
2,6M°

2

W9 6ter
AUDIENCES
TÉLÉVISION
TNT



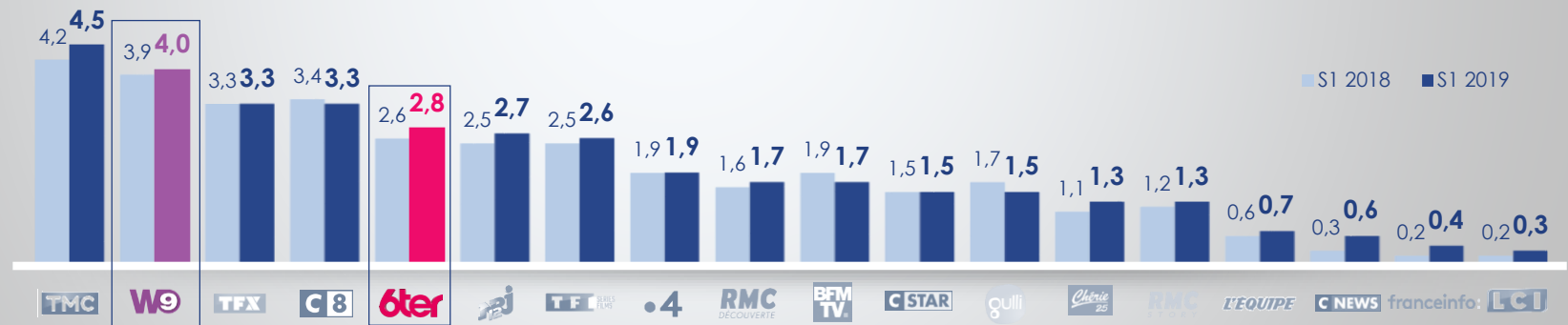
2. AUDIENCES – TÉLÉVISION - TNT

W9 ET 6TER PARMIS LES MEILLEURES CHAÎNES TNT SUR LA CIBLE COMMERCIALE

PART
D'AUDIENCE
4+ (%)



PART
D'AUDIENCE
FRDA-50 (%)



2019 : W9 ET 6TER PROGRESSENT EN UN AN



W9 PROGRESSE EN UN AN SUR LES FRDA-50

+0,1 PT FRDA-50 EN 1 AN

L'offre de télé-réalité la plus puissante
de la télévision

Audiences consolidées – 4 écrans



Saison 18/19
1,1 M de tflsp
En moyenne chaque
soir

W9 est la 2ème chaîne TNT
en prime



5ÈME CHAÎNE DE LA TNT SUR LA CIBLE COMMERCIALE

+0,2 PT FRDA-50 EN 1 AN



Succès grandissant pour LES MAMANS

0,2M° de tflsp pour l'épisode inédit
4% FRDA-50 pour l'ensemble du bloc

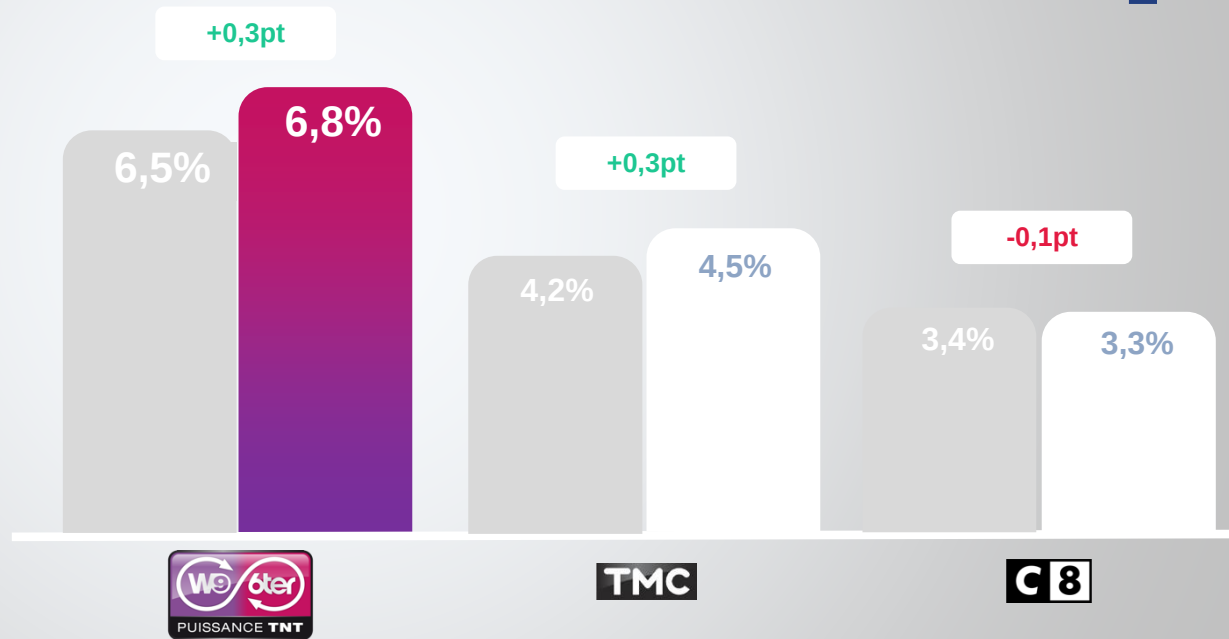
2. TÉLÉVISION – AUDIENCES - TNT

PUISSANCE TNT 1ÈRE OFFRE DE LA TNT

AUDIENCES S1 2018 / S1 2019
(FRDA-50)



L'OFFRE PUBLICITAIRE
LEADER DE LA TNT



2. COÛT DE GRILLE DES CHÂÎNES EN CLAIR

POURSUITE DES INVESTISSEMENTS DANS LES CONTENUS



COÛT DE GRILLE DES CHÂÎNES EN CLAIR (M€)

■ S1 2018
■ S1 2019

+1,3%

224,5

227,5



DIFFUSEUR OFFICIEL



AUDIENCES
DES 2 MATCHS
DIFFUSÉS AU S1
2019



vs.



6,1 M



vs.



5,1 M

FORTE
EXPOSITION
AUX SÉRIES
FRANÇAISES



2

6play
AUDIENCES
TÉLÉVISION
6PLAY



2. AUDIENCES 6PLAY SUCCÈS DES AUDIENCES SUR 6PLAY



Un renforcement de la
présence digitale du
Groupe avec

639 M de vidéos

vues sur le semestre

+12% sur un an

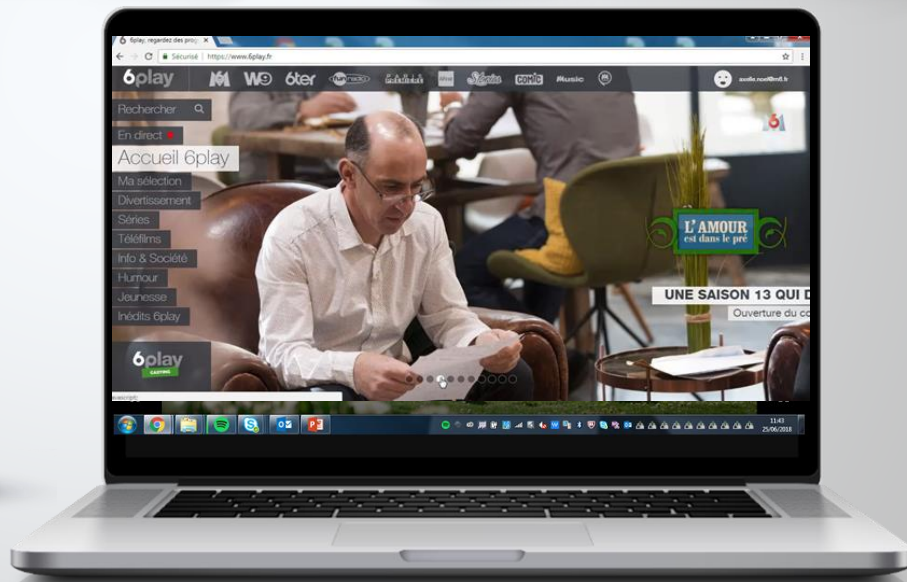


Une contribution
aux audiences TV des
chaînes du Groupe de

6 %

sur la cible Millennials

sensiblement supérieure à celle
des services replay des autres
chaînes.



AUDIENCES RADIO

RTL

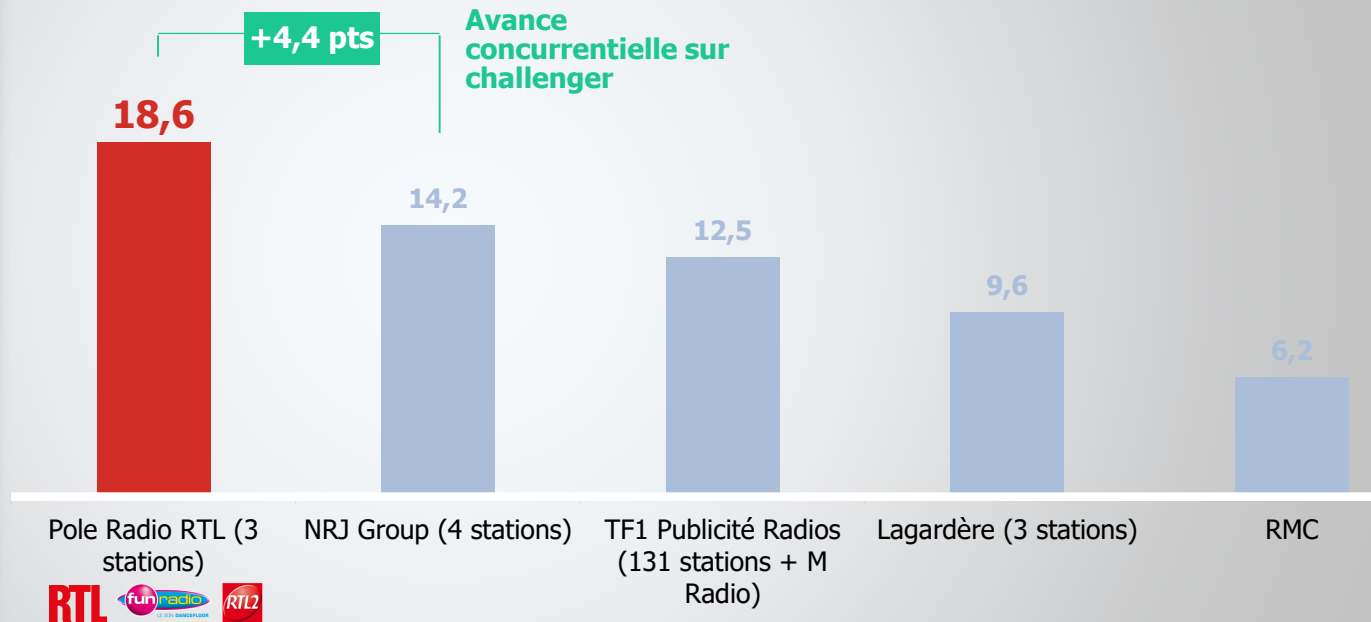
funradio
LE SON DANCEFLOOR

RTL2



2. AUDIENCES - RADIO JANVIER-JUIN 2019 – LE PÔLE RADIO RTL EN AVANCE DE +4,4 POINTS SUR LE PREMIER CHALLENGER PRIVÉ

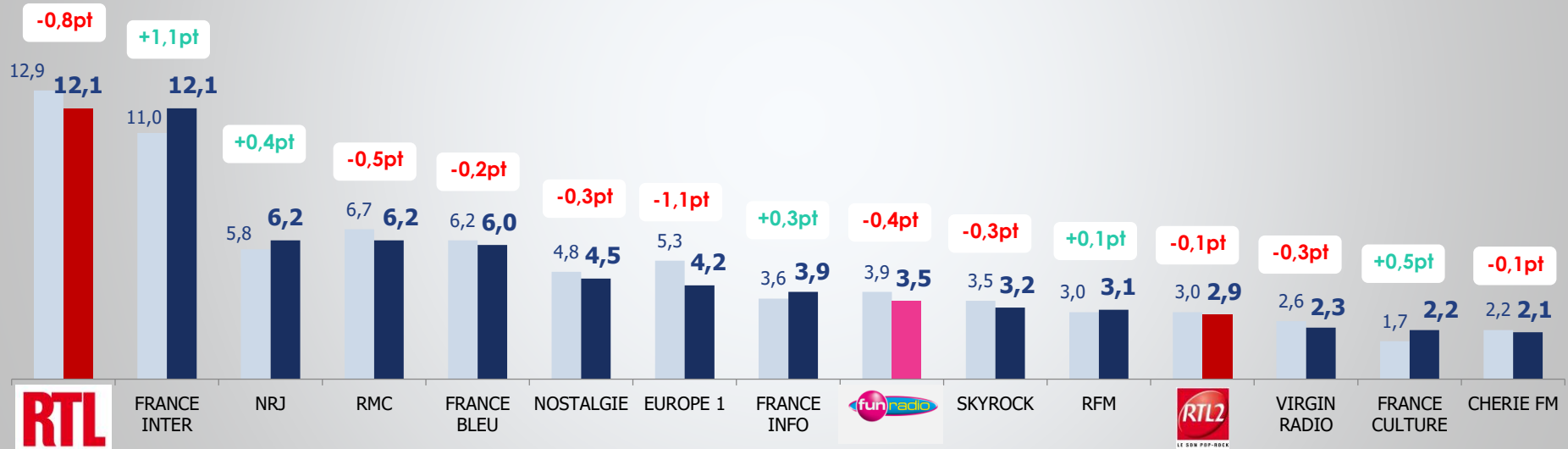
PART D'AUDIENCE PAR GROUPE PRIVÉ (%)



2. AUDIENCES - RADIO

JANVIER-JUIN 2019 - RTL CONSERVE SON LEADERSHIP À ÉGALITÉ AVEC FRANCE INTER

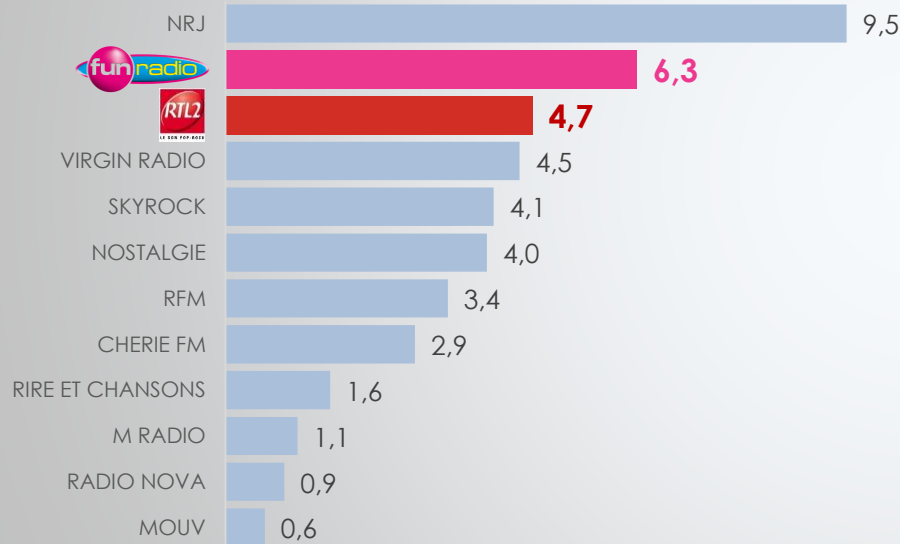
ÉVOLUTION DE LA PDA DES PRINCIPALES STATIONS (%)



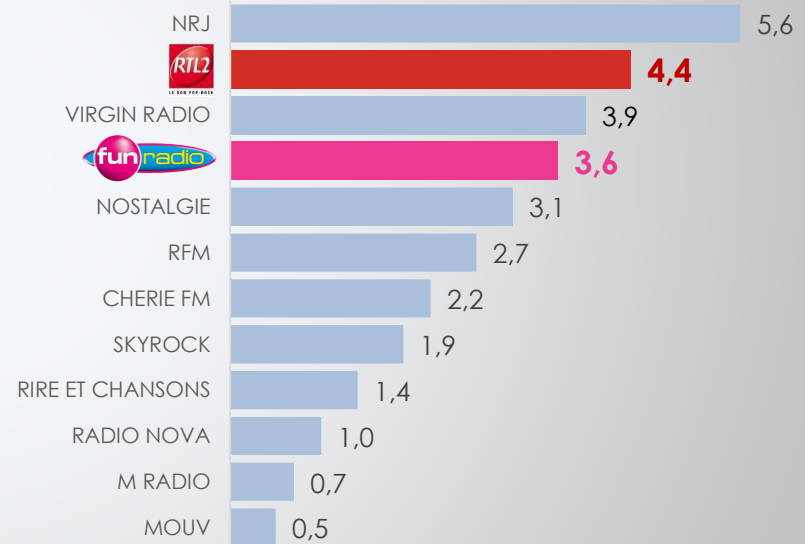
2. AUDIENCES - RADIO

FUN RADIO ET RTL2 BIEN PLACÉES SUR LES CIBLES COMMERCIALES

PDA 25-49 ANS (AGRÉGAT MUSICAL)



PDA CSPI+ (AGRÉGAT MUSICAL)





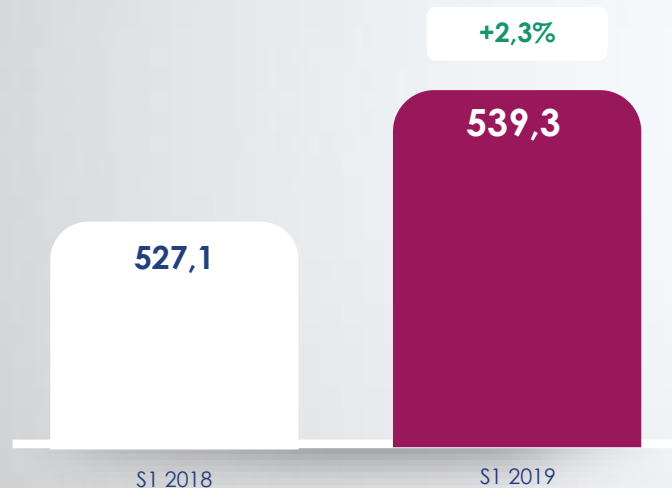
TV & RADIO CHIFFRES CLÉS



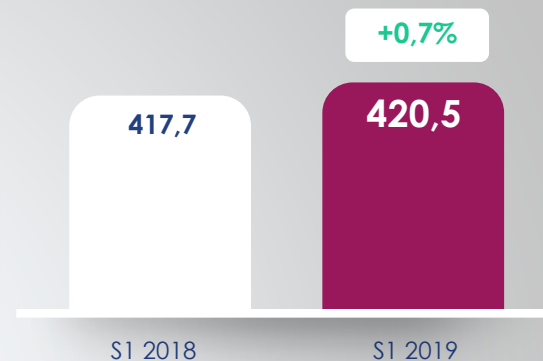
2. PUBLICITÉ

LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 ATTEINT SON PLUS HAUT HISTORIQUE

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



CHAÎNES EN
CLAIR



AUTRES
ACTIVITÉS



2. TÉLÉVISION

CHIFFRES CLÉS



Croissance du CA
publicitaire



Hausse des
investissements
technologiques



Hausse du
coût de grille

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

+1,4%

482,7

489,5

EBITA (M€)

-5,5%

120,1

113,5

■ S1 2018 ■ S1 2019

2. RADIO

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

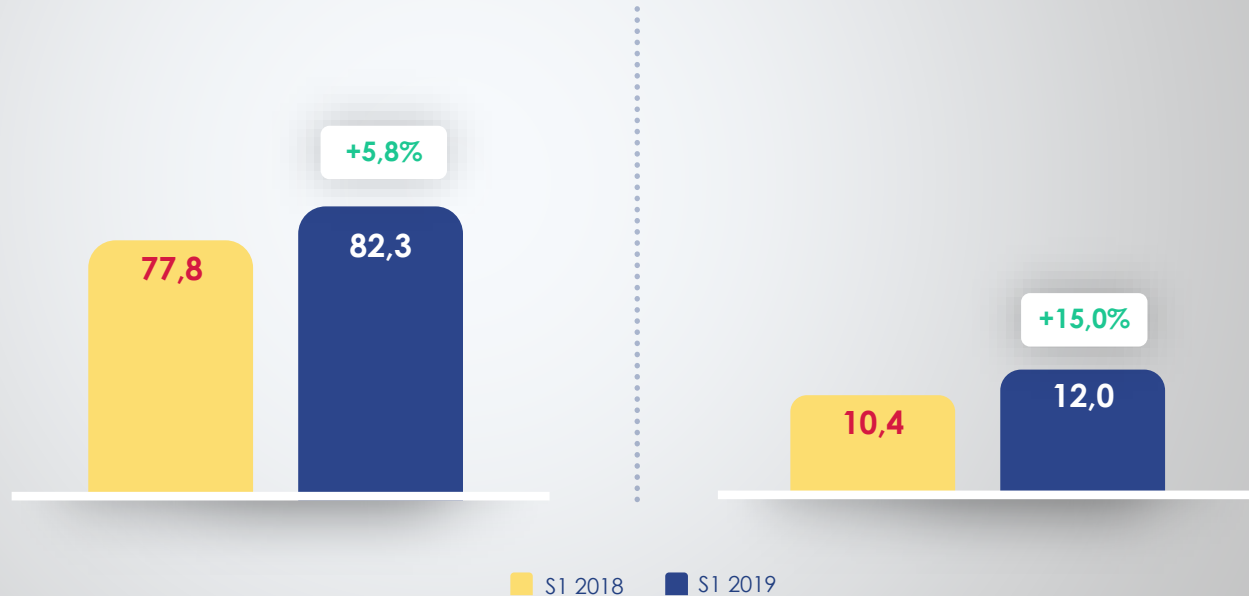
EBITA (M€)



Croissance du CA
publicitaire



Poursuite des
synergies liées à
l'intégration dans
le Groupe M6



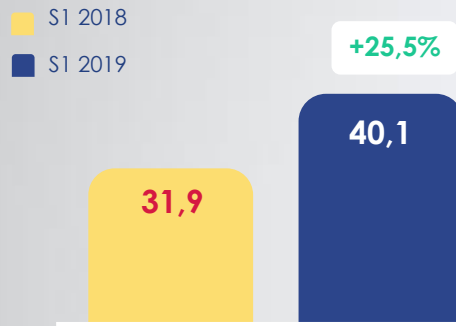


PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

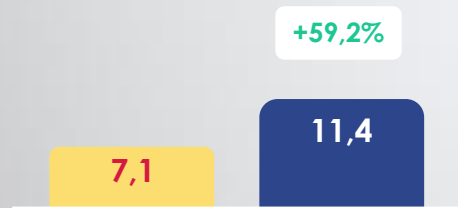


2. PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



DISTRIBUTION

UN LINE-UP DE FILMS
DISTRIBUÉS PLUS
FAVORABLE QU'AU S1 2018

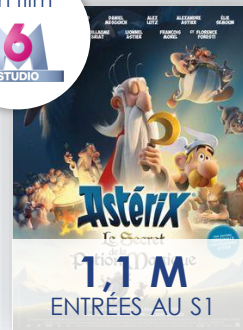


6 FILMS

SORTIS EN SALLES
(VS. 9 AU S1 2018)

4,7 M

D'ENTRÉES EN FRANCE
(VS 2,9 M AU S1 2018)



Plus gros succès en salles d'un
film d'animation français
depuis 12 ans (près de 4 M
d'entrées au total)





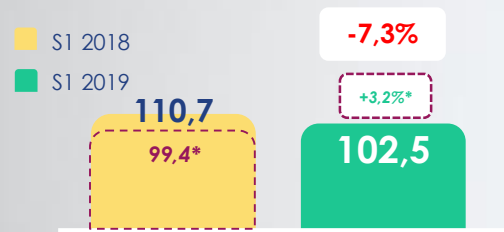
DIVERSIFICATIONS



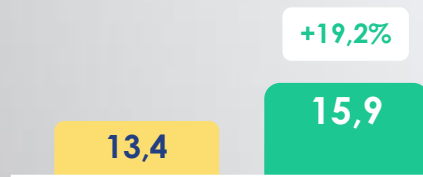
2. DIVERSIFICATIONS

VOLUME D'AFFAIRES EN HAUSSE HORS EFFET DÉCONSOLIDATION DE MONALBUMPHOTO

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



Ventadis

CA ET EBITA
EN BAISSSE*



Recul de l'activité
compensé en partie par
l'entrée en périmètre de
HSS Belgique, désormais
détenue à 100%



Amélioration de l'activité



CA ET EBITA
EN HAUSSE

Dynamisme du cashback



Progression de la
performance publicitaire
des portails



COMPTES



3. COMPTES ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	30 juin 2018 retraité	30 juin 2019	Variation S1 2019 / S1 2018 (M€)
Chiffre d'affaires	703,2	714,6	11,4
Autres produits opérationnels	8,5	2,0	(6,5)
Total des produits opérationnels	711,7	716,5	4,8
Consommations et autres charges opérationnelles	(348,7)	(338,6)	10,1
Charges de personnel (yc participation)	(140,7)	(138,4)	2,2
Impôts, taxes, versements assimilés	(29,0)	(35,5)	(6,5)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(46,3)	(55,8)	(9,5)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	147,1	148,3	1,2
Plus-value sur cessions de filiales	-	0,4	0,4
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1,4)	(6,5)	(5,1)
Résultat Opérationnel [EBIT]	145,7	142,2	(3,5)
Résultat financier	(1,0)	(2,8)	(1,7)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(1,7)	3,1	4,8
Résultat courant avant impôt	143,0	142,5	(0,5)
Impôt sur le résultat	(51,6)	(53,8)	(2,2)
Résultat net des activités poursuivies	91,4	88,7	(2,6)
Profit ou perte après impôt des activités cédées	(11,9)	(0,3)	11,5
Résultat net de la période	79,5	88,4	8,9
Attribuable au Groupe	79,5	88,4	8,9
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	-	-	-

3. COMPTES

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2018	30 juin 2019	Variation 2019 / 2018 (M€)
Goodwill	193,6	193,6	-
Actif non courant	363,0	383,3	20,2
Actif courant	820,0	825,1	5,0
Trésorerie	132,8	76,8	(56,1)
TOTAL ACTIF	1 509,5	1 478,7	(30,8)
Capitaux propres part du groupe	716,6	680,8	(35,8)
Intérêts non-contrôlants	0,1	0,1	(0,0)
Passif non courant	125,9	166,3	40,4
Passif courant	666,9	631,5	(35,3)
TOTAL PASSIF	1 509,5	1 478,7	(30,8)

3. COMPTES

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	30 juin 2018 retraité	30 juin 2019	Variation 2019 / 2018 (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	184,7	204,9	20,2
Variation de BFR d'exploitation	(68,2)	(45,1)	23,1
Impôt	(10,6)	(42,4)	(31,8)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	105,9	117,4	11,4
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(58,1)	(43,3)	14,8
Eléments récurrents	(54,5)	(42,8)	11,7
Eléments non récurrents	(3,6)	(0,5)	3,1
Flux de trésorerie des activités de financement	(67,7)	(130,2)	(62,5)
Distribution de dividendes	(119,6)	(125,8)	(6,1)
Opérations sur le capital	(0,9)	0,0	0,9
Tirages des lignes de crédits	61,0	-	(61,0)
Remboursement des dettes locatives	-	(3,9)	(3,9)
Autres	(8,2)	(0,5)	7,7
Flux de trésorerie des activités en cours de cession / cédées	(13,8)	-	13,8
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,0	0,0	(0,0)
Variation globale de trésorerie	(33,7)	(56,1)	(22,4)
Reclassement de la trésorerie des activités en cours de cession / cédées	(0,2)		0,2
Trésorerie à l'ouverture	54,3	132,8	78,5
Trésorerie à la clôture	20,4	76,8	56,3
Trésorerie nette de clôture	(115,4)	39,4	154,8



ACQUISITION DU PÔLE TÉLÉVISION DE LAGARDÈRE



4. ACQUISITION DU PÔLE TÉLÉVISION DE LAGARDÈRE

CLOSING DE L'ACQUISITION DU POLE TÉLÉVISION DU GROUPE LAGARDÈRE PRÉVU LE 2 SEPTEMBRE 2019

UN PÔLE TV LEADER SUR LES
ENFANTS AVEC UNE CHAÎNE
TNT EN CLAIR TRÈS
COMPLÉMENTAIRE DE CELLES
DE M6

GULLI Chaîne TNT kids en clair	 Chaîne TNT leader et référente sur les kids Plateforme de télévision de rattrapage Activités de distribution à l'international	Canal J & Tiji Chaînes payantes kids & pré-school 	Music & millenials Chaînes payantes musique & divertissement 
--	---	--	---

AUTORISATION AUTORITE DE
LA CONCURRENCE :

**25 JUIN
2019**

AGREMENT DU
CSA :

**17 JUILLET
2019**

CLOSING
(VALEUR DE LA
TRANSACTION : 215 M€*) :

**2 SEPTEMBRE
2019**

QUESTIONS RÉPONSES

