



PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022

—

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS SEMESTRIELS 2022

1

INTRODUCTION

2

ACTIVITÉS

3

COMPTES

4

PERSPECTIVES



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.



1 INTRODUCTION



FAITS MARQUANTS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022



PUISSANCE DES MARQUES
FORTES DES ANTENNES



CONSOLIDATION DE STEPHANE
PLAZA IMMOBILIER



REPRISE DU CINEMA



POURSUITE DES OPÉRATIONS
LIÉES À LA FUSION



Revues
ADLC +
ARCOM

SALTO
6ter



CONTEXTE MACRO-ÉCONOMIQUE
INCERTAIN



Inflation



Covid



Crise en Ukraine



BAISSE DE LA DEI

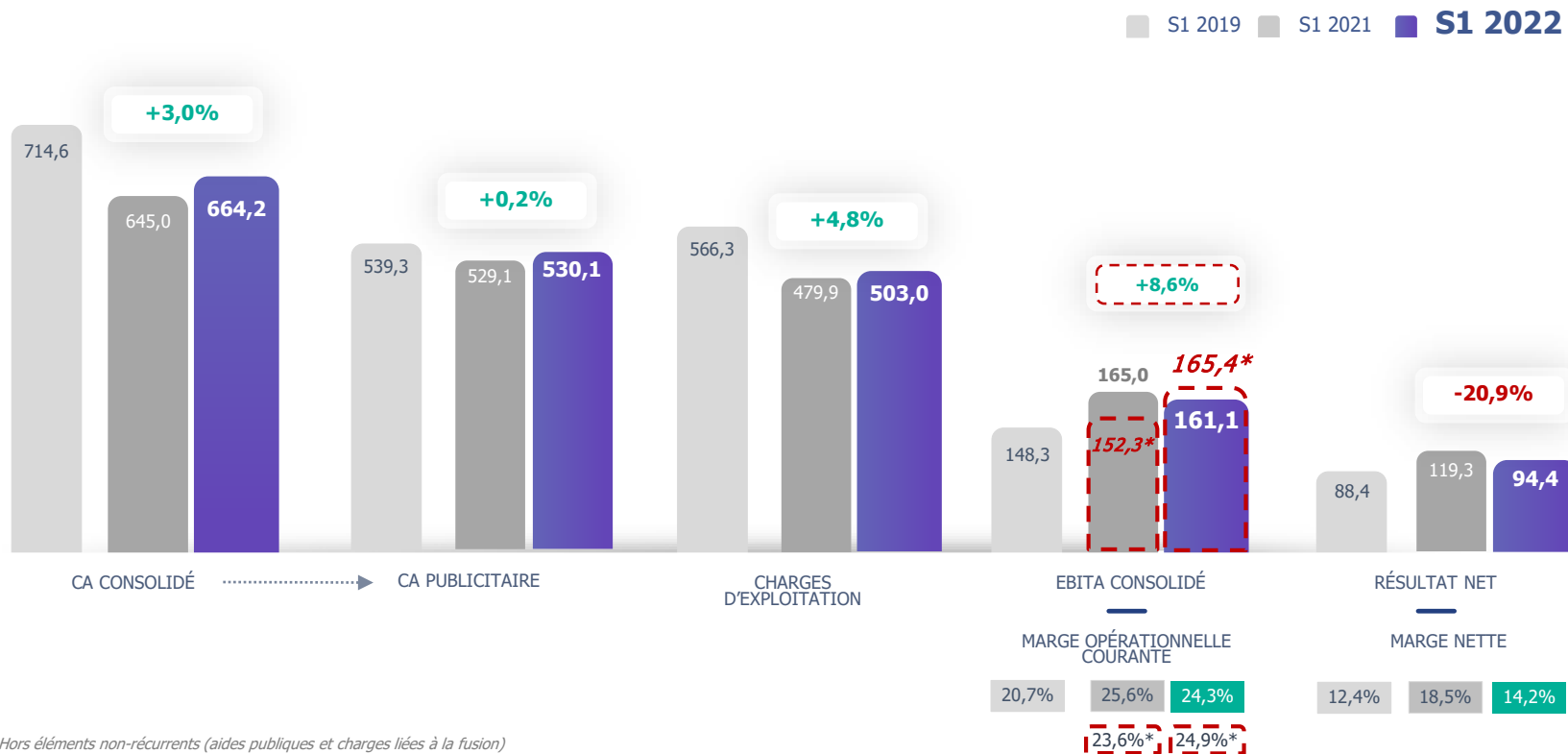


POURSUITE DES
INVESTISSEMENTS DANS LE
STREAMING

BR
BEDROCK

SALTO

NOUVELLE PROGRESSION DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE



2 ACTIVITÉS

LE 1945



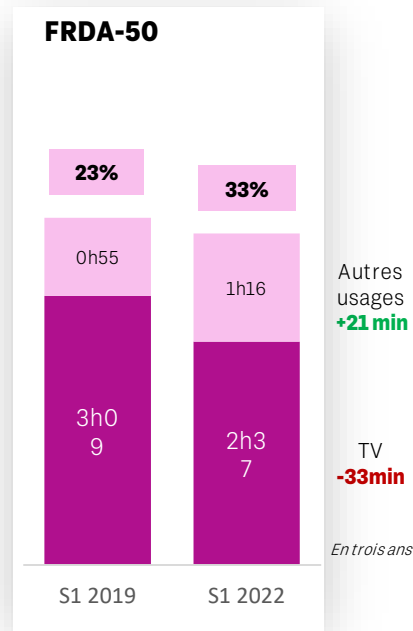
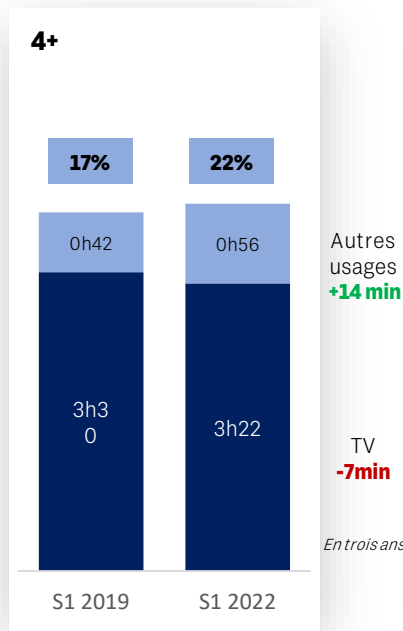
LINÉAIRE AUDIENCES TÉLÉVISION



S1 2022 / S1 2019 : SUR L'ÉCRAN DE TV, LA DEI DE LA TV RECULE PENDANT QUE LES AUTRES USAGES PROGRESSENT

SUR L'ÉCRAN DE TV

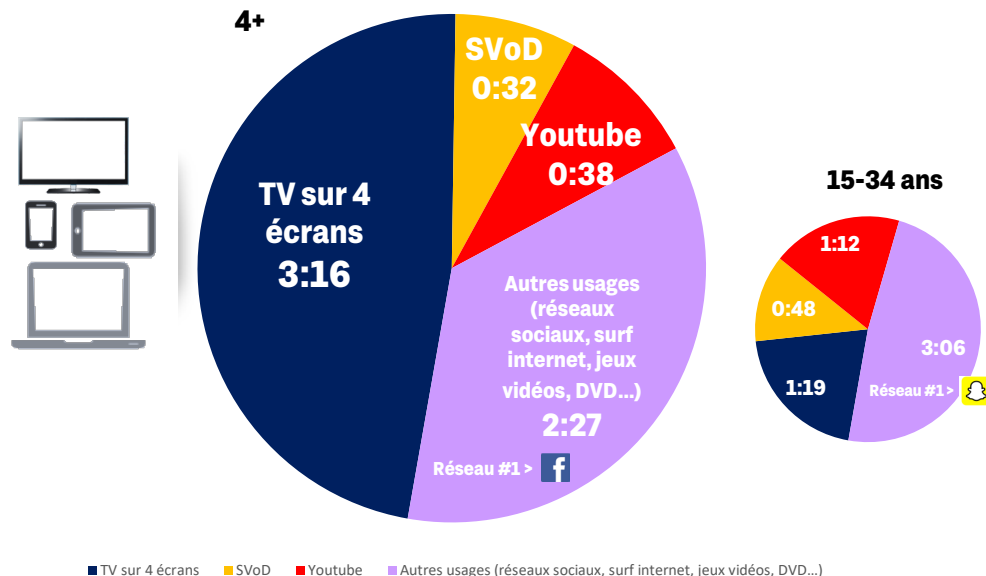
Durée d'écoute quotidienne de la TV et des Autres usages par individu *équipé TV*



S1 2022 : FACE A LA DIVERSIFICATION DES MODES DE CONSOMMATION, LE GROUPE M6 ANCRE SES OFFRES SUR TOUS LES MARCHÉS

SUR LES 4 ECRANS

Répartition du temps passé en durée d'écoute quotidienne par Individu en France entière (DEI en h:mm) – janvier-mai 2022 (estimations internes)



TV
LINÉAIRE

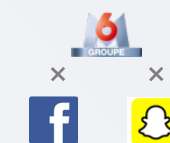
AVOD

SVOD

DEALS
RÉSEAUX
SOCIAUX

6play

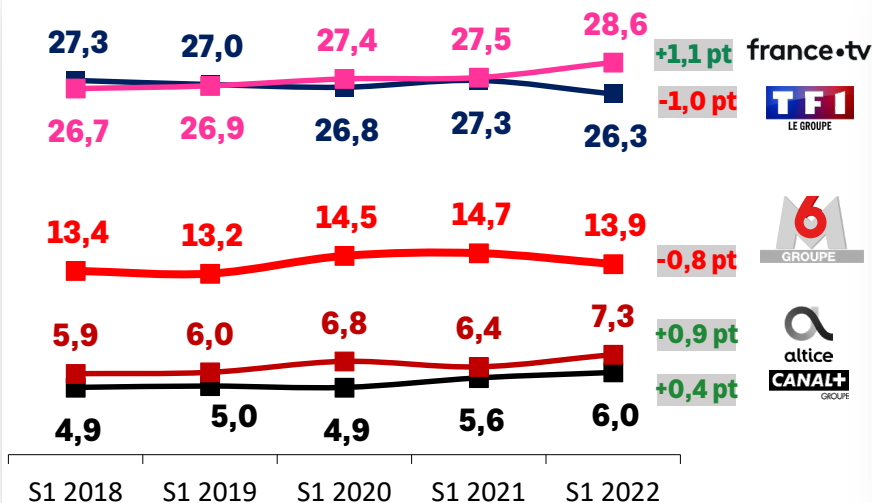
SALTO



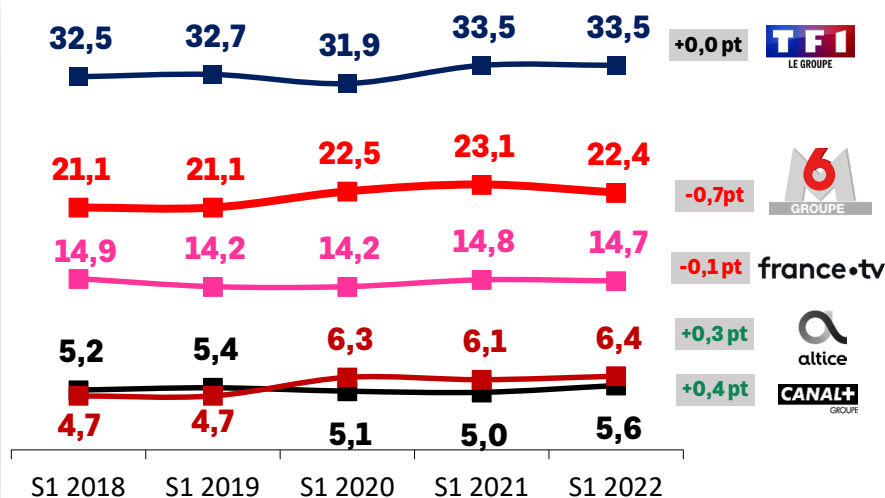
RECU DES AUDIENCES DU GROUPE DANS UN CONTEXTE RICHE EN ACTUALITÉS ET FAVORABLE AUX CHÂÎNES PUBLIQUES ET D'INFORMATION ET FACE À UN EFFET DE BASE DIFFICILE AVEC LA DIFFUSION DE L'EURO EN 2021

Parts d'audience des groupes*

PDA 4+



FRDA-50



* Hors chaînes payantes, Canal+, France 4

Source : Médiamétrie / Médiamat

MEILLEUR SEMESTRE HISTORIQUE POUR LE GROUPE EN SOIRÉE AUPRÈS DES FRDA-50



27,2%
PART D'AUDIENCE
FRDA-50
EN PRIME TIME

+0,7pt*



**CHAÎNE PRÉFÉRÉE
DES FRANÇAIS****

19,4%

PDA FRDA-50
en prime



**RECORD EN PRIME
DEPUIS 4 ANS**

4+

FRDA-50

3,1%

3,9%



**RECORD HISTORIQUE
EN PRIME**

4+

FRDA-50

1,7%

2,5%



**RECORD HISTORIQUE
FRDA-50 EN PRIME**

1,4%



* Vs S1 2021 ** Source : Ifop / Baromètre d'image des chaînes de télévision 2022

Source : Médiamétrie / Médiamat, analyse TH 21h10-23h00 – réaffectation – audience consolidée

PUISSANCE DE LA CHAÎNE M6 EN SOIRÉE



19,4%
PART D'AUDIENCE
FRDA-50 EN SOIRÉE

DES MARQUES HISTORIQUES FORTES



**Meilleur score
historique** FRDA-50

32% FRDA-50

3,0M

de téléspectateurs
en moyenne



**2^e meilleur score
historique** -50 ANS

27% -50 ANS

2,6M

de téléspectateurs
en moyenne



**2^e meilleur score
historique** -50 ANS

26% -50 ANS

3,0M

de téléspectateurs
en moyenne

LE SUCCÈS DES NOUVEAUTÉS...



22% FRDA-50
**M6 leader auprès
des 15-34 ans**



19% FRDA-50
**M6 leader auprès
des 15-34 ans**

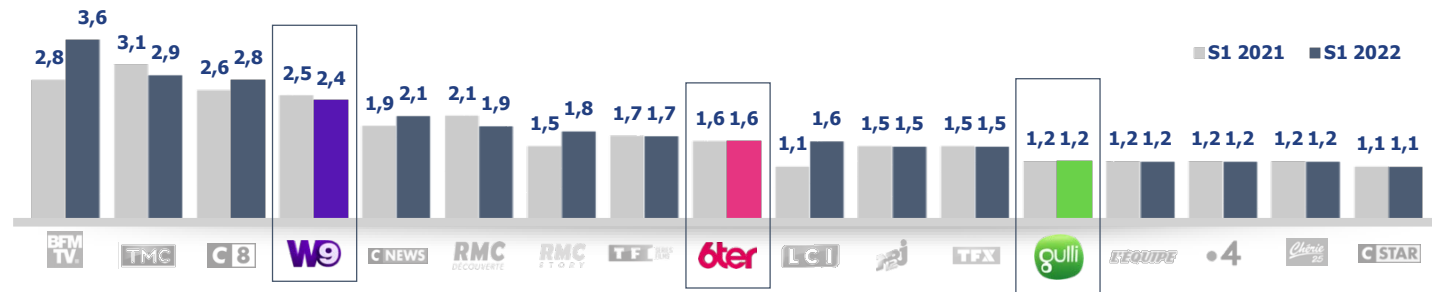
... ET DES SOIRÉES ÉVÈNEMENTS



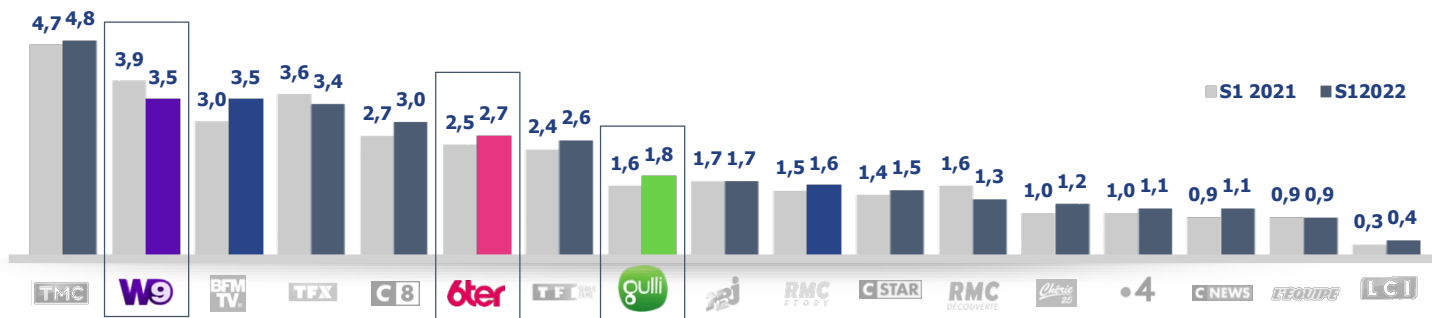
France / Danemark
5,7M°
Croatie / France
5,6M°

AUPRÈS DES FRDA-50, W9 CONSERVE SA 2^{ÈME} PLACE DE LA TNT, 6TER ET GULLI PROGRESSENT

Part
d'audience
4+ (%)



Part
d'audience
FRDA-50
(%)



Source : Médiamétrie / Médiamat, ensemble journée, audience globale en jour de vision – hors Fr4 qui est sortie du Médiamat en 2022

LES CHÂÎNES TNT DU GROUPE PARMI LES PLUS PUISSANTES AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE



3,5%

**LA CHÂÎNE TNT PRÉFÉRÉE
DES FRANÇAIS***

1ÈRE CHÂÎNE TNT SUR LE SPORT



Jusqu'à 1,8M
de téléspectateurs



Jusqu'à 1,2M
de téléspectateurs

**1ÈRE CHÂÎNE TNT SUR LES
MAGAZINES RÉCURRENTS DE
PRIME ET LA TÉLÉREALITÉ****




2,7%

**LEADER TNT HD AUPRÈS
DES FRDA-50 / -50 ANS**

**UNE GRILLE DE JOURNÉE
PERFORMANTE**



3,6%
FRDA-50



3,0%
FRDA-50

SUCCÈS DU CINÉMA EN PRIME



**18 films ont dépassé
les 0,5M°**




1,8%

**1ÈRE CHÂÎNE JEUNESSE DE
FRANCE**

**1ÈRE CHÂÎNE NATIONALE EN
SORTIE D'ÉCOLE**

17,5%
auprès des
enfants ***



**REPOSITIONNEMENT
VERTUEUX EN SOIRÉE AVEC
GULLI PRIME**



4,0% ****
FRDA-50



3,3% ****
FRDA-50

4,1% ****
FRDA-50



* Source : Ifop / Baromètre d'image des chaînes de télévision 2022 ** auprès des 4+ *** LV 16h30-19h, cible 4-10 ans **** scores des lancements

Sources Médiamétrie / Médiamat, S1 2022, audience globale en jour de vision auprès des FRDA-50 pour l'ensemble journée et réaffectation pour les programmes

S1 2022 : PARIS PREMIÈRE ET TÉVA, DES CHÂÎNES PUISSANTES ET BIEN POSITIONNÉES DANS L'UNIVERS PAYANT



Chaîne payante la plus regardée

11,1 M de téléspectateurs chaque mois

Leader des chaînes payantes auprès des CSP+*
pour la 8^{ème} vague consécutive



Téva en forte progression

7,2 M de téléspectateurs chaque mois

0,7% PDA FRDA-50

+17%
vs. la dernière vague

Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik – vague 43 (janvier-juin 2022), univers concurrence étendue * avec 0,5% de PdA CSP+ CE



NON-LINÉAIRE **AUDIENCES** 6play

MONTÉE EN PUISSANCE DE L'OFFRE AVOD DE 6PLAY ACCROISSEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DE SON OFFRE PUBLICITAIRE

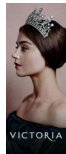
L'ÉLARGISSEMENT DE L'OFFRE AVOD EST VERTUEUSE

1 utilisateur **sur 3** consomme désormais des contenus exclusifs

+44% de temps passé sur des contenus exclusifs au S1

4 000 heures de contenus AVOD disponibles à date

Succès de la stratégie AVOD sur les séries inédites



25 M d'heures visionnées au S1 2022
(soit 10% de la consommation totale sur 6play)

+90% vs. S1 2021

6play AU S1 2022



18M
d'utilisateurs
actifs au S1 2022



251 M
d'heures
visionnées



**Croissance à deux chiffres
des recettes publicitaires**



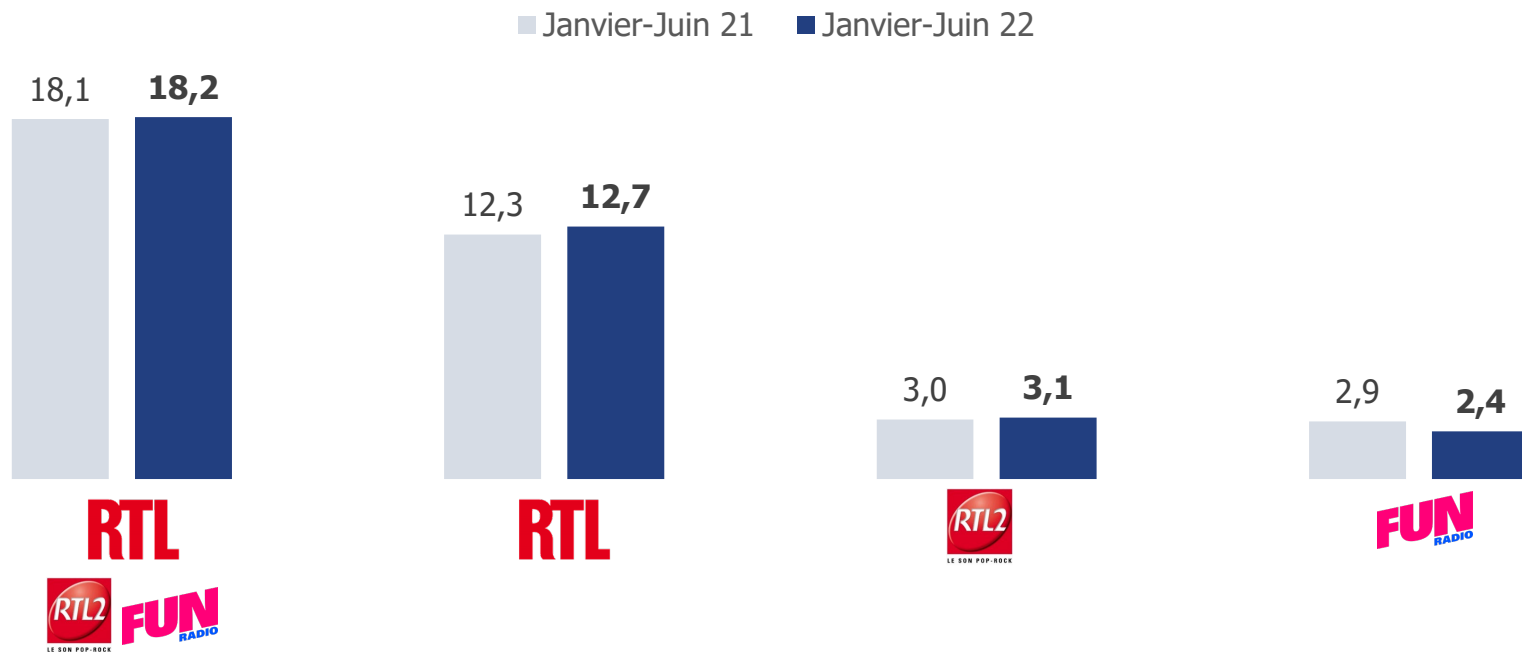
RTL FUN
KISS FM



RADIO AUDIENCES

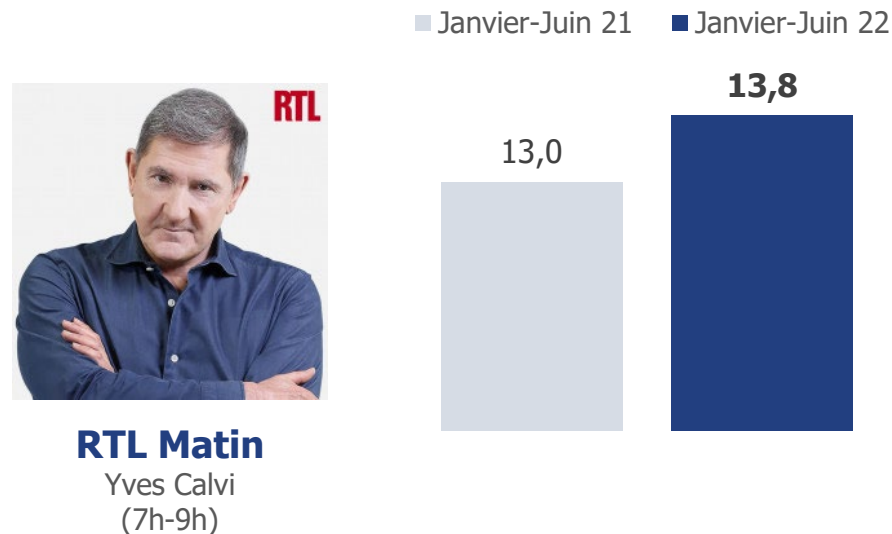
LE PÔLE RADIO, LEADER DES GROUPEES PRIVÉES, PROGRESSE FORTE CROISSANCE DE RTL, UN NIVEAU RECORD POUR RTL2

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DU GROUPE ET DES STATIONS SUR UN AN



RTL MATIN LEADER DES STATIONS PRIVÉES, EN FORTE PROGRESSION TOUT COMME LE RESTE DE LA GRILLE EN JOURNÉE

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DU 7H-9H DE RTL SUR UN AN



Ca Peut Vous Arriver

Julien Courbet
(9h30-12h30)

13,1%
(+0,6 pt)



Les Auditeurs Ont La Parole

Pascal Praud
(12h30-14h30)

11,9%
(+0,7 pt)



L'Heure Du Crime

J.A. Richard
(14h30-15h30)

9,3%
(+1,7 pt)



Les Grosses Têtes

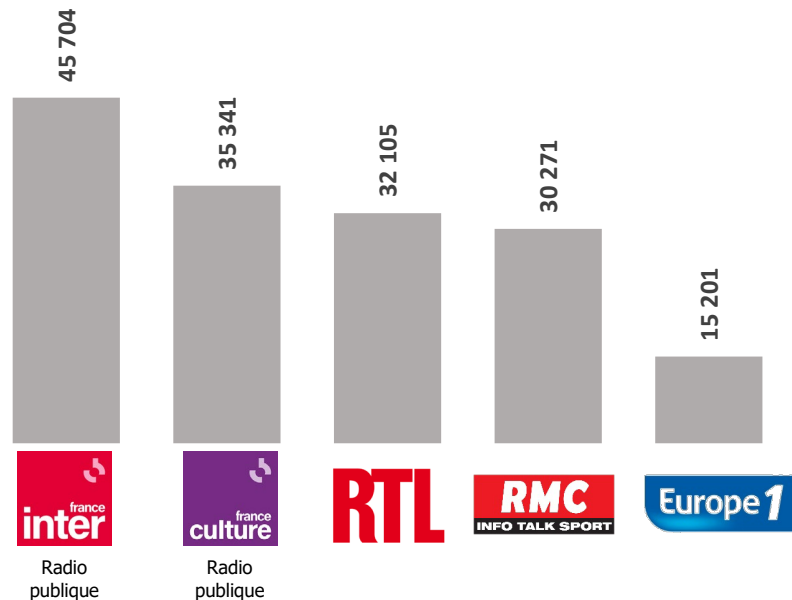
Laurent Ruquier
(15h30-18h)

15,1%
(+0,3 pt)

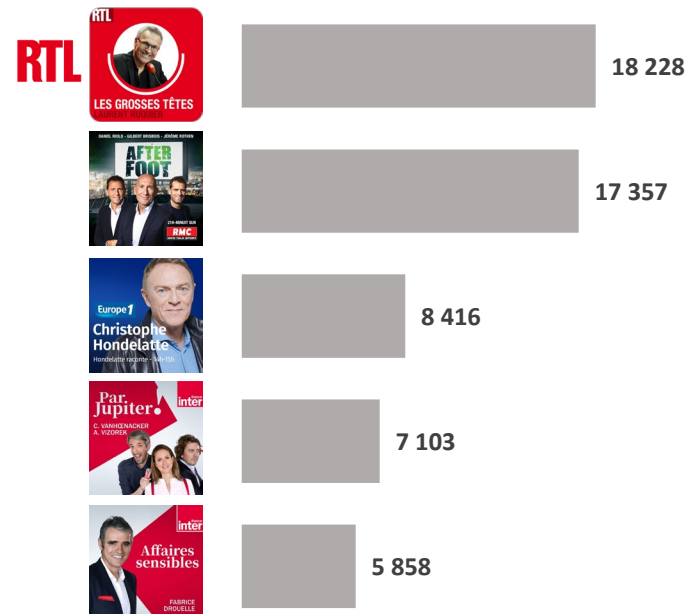
Source : Médiamétrie EAR-National, Janvier-Juin 22 vs Janvier-Juin 21, RTL, Lundi-Vendredi, 13+, PDA

RTL 1^{ÈRE} RADIO PRIVÉE SUR LES PODCASTS, AVEC PLUS DE 32 MILLIONS D'ÉCOUTE EN JUIN 2022 (18% DE PDM) LES GROSSES TÊTES 1^{ER} PODCAST DE FRANCE

NOMBRE D'ÉCOUTES ET/OU TÉLÉCHARGEMENTS SUR
JUIN 2022



TOP 5 DES PODCASTS LES PLUS
ÉCOUTÉS/TÉLÉCHARGÉS EN JUIN 2022 (EN MILLIERS)



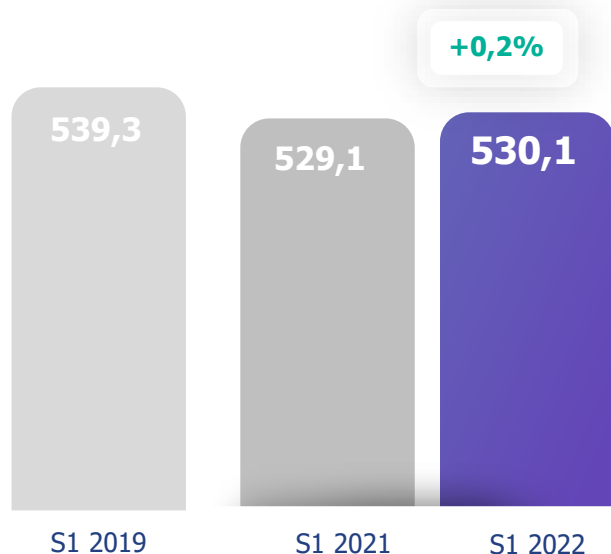
Source : Médiamétrie eStat Podcast



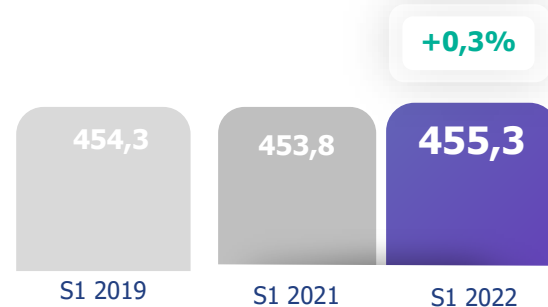
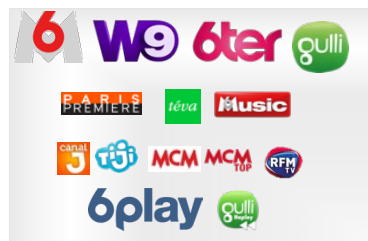
MARCHÉ PUBLICITAIRE

STABILITÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE PLUS INCERTAIN ET SANS COMPÉTITIONS SPORTIVES (EURO 2020 DIFFUSÉ EN 2021)

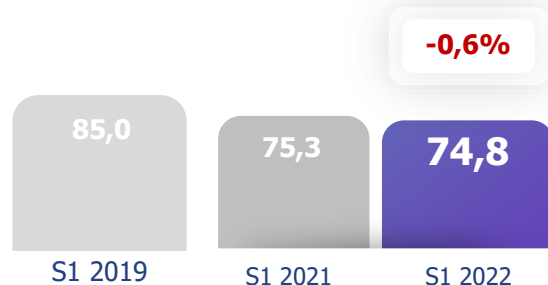
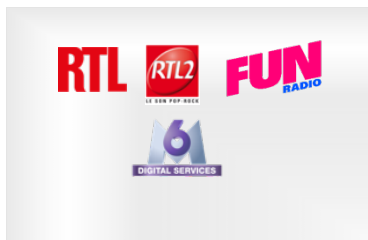
Chiffre d'affaires publicitaire net du Groupe M6 (m€)



TV



Autres activités

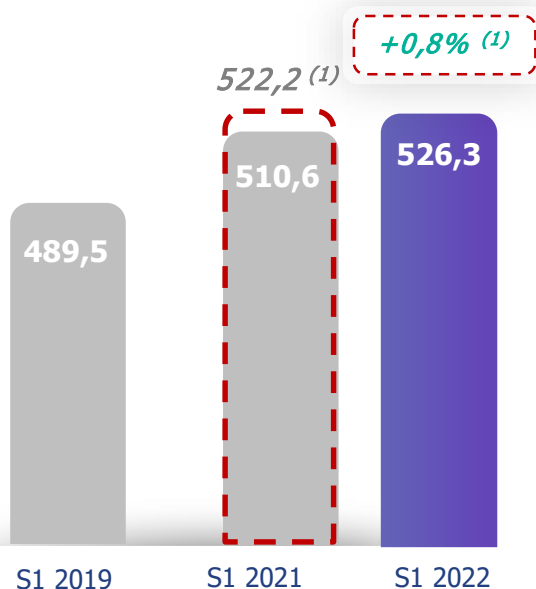




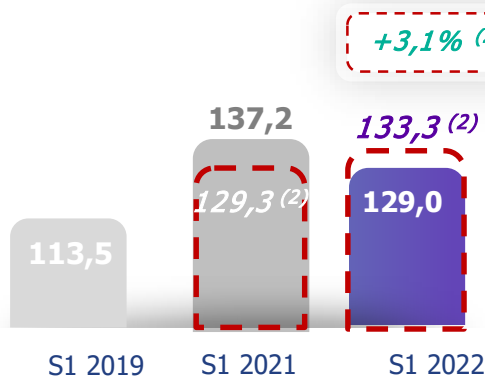
CHIFFRES CLÉS

TV : PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ HORS ÉLÉMENTS NON-RÉCURRENTS

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA(M€)



Marge opérationnelle courante

23,2%

24,8% (2)

25,3% (2)



Stabilité des recettes publicitaires



Reprise nécessaire mais maîtrisée des investissements dans les programmes

Coût de grille : +3,4 M€



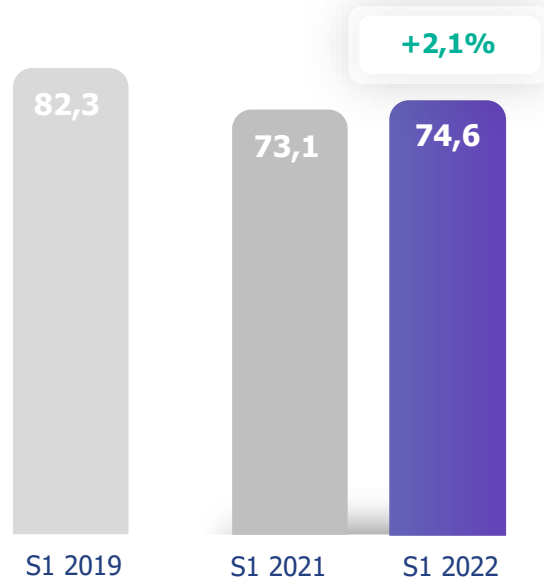
Gestion optimisée des autres coûts

¹ A périmètre comparable : M6 Créations reclassée dans le pôle TV au 1^{er} janvier 2022 (11,5 M€ de CA au S1 2021)

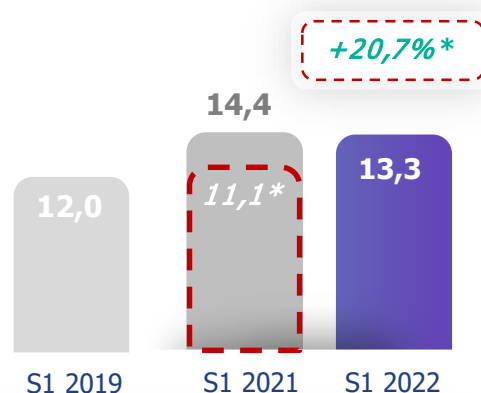
² Hors éléments non récurrents (aides publiques et charges liées à la fusion M6/TF1) et à périmètre comparable (1,3 M€ d'EBITA pour M6 Créations au S1 2021)

RADIO : POURSUITE DES EFFORTS DE MAÎTRISE DES COÛTS

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA(M€)



Marge opérationnelle courante

14,6%

15,1%*

17,9%



Stabilisation des recettes publicitaires



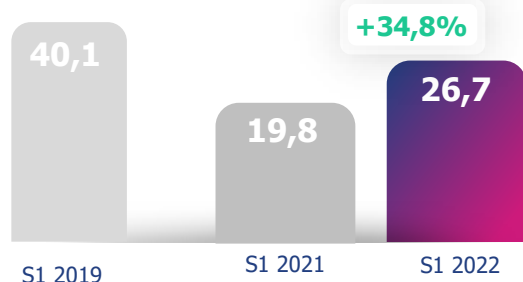
Maîtrise des coûts

Synergies avec les autres antennes du Groupe

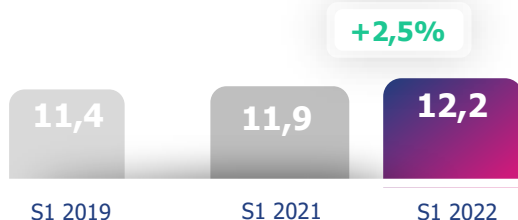
* Hors éléments non récurrents (aides publiques)

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS : REPRISE DE L'ACTIVITÉ CINÉMA

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



Cinéma

Ouverture complète des salles au S1 2022 contre une fermeture du 1^{er} janvier au 18 mai en 2021

4 films sortis au S1 2022 (vs. 2 au S1 2021 et 6 au S1 2019)

-2,2M
Vs S1
2019



GROUPE M6

+2,0M
Vs S1
2021

2,5M
d'entrées en France



1,3 M
ENTRÉES



0,5 M
ENTRÉES

Cession de droits

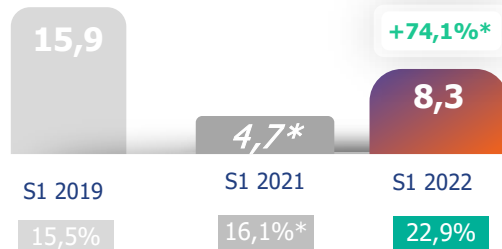
Légère hausse de la rentabilité grâce à la consommation toujours soutenue du catalogue

DIVERSIFICATIONS : PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ TIRÉE PAR L'INTÉGRATION DE STÉPHANE PLAZA IMMOBILIER

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



Consolidation depuis le 1^{er} janvier 2022 :
11,4 M€ de CA (en hausse vs. S1 2021)
 Près de 700 contrats de franchise signés
 (+5% vs. fin décembre)



CA en hausse grâce notamment à la reprise de l'activité spectacles dans un contexte sanitaire plus favorable



CA publicitaire des portails en baisse (impact des nouvelles règles en matière de traceurs publicitaires)



Activité en baisse
 Impact de l'accélération de l'inflation qui pousse les consommateurs à différer leurs achats non essentiels



* Hors M6 Créations reclassée dans le pôle TV au 1^{er} janvier 2022 (11,5 M€ de CA et 1,3 M€ d'EBITA au S1 2021)

3 COMPTES



ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	30 juin 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
Chiffre d'affaires	645,0	664,2	19,2
Autres produits opérationnels	25,3	8,5	(16,8)
Total des produits opérationnels	670,3	672,7	2,4
Consommations et autres charges opérationnelles	(317,1)	(319,9)	(2,8)
Charges de personnel (yc participation)	(124,6)	(124,0)	0,5
Impôts, taxes, versements assimilés	(25,8)	(25,9)	(0,1)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(37,8)	(41,7)	(3,9)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	165,0	161,1	(3,9)
Plus-value sur cessions de filiales	3,2	0	(3,2)
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(3,3)	(5,9)	(2,7)
Résultat Opérationnel [EBIT]	164,9	155,2	(9,7)
Résultat financier	(1,1)	(0,1)	1,0
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(17,4)	(20,5)	(3,2)
Résultat courant avant impôt	146,4	134,5	(11,9)
Impôt sur le résultat	(27,1)	(40,1)	(13,0)
Résultat net des activités poursuivies	119,3	94,4	(24,9)
Profit ou perte après impôt des activités cédées	0	0	0
Résultat net de la période	119,3	94,4	(24,9)
Attribuable au Groupe	119,2	92,5	(26,7)
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	0,2	1,9	1,8

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
Goodwill	332,5	332,6	0,1
Actif non courant	536,2	530,6	(5,6)
Actif courant	813,4	805,1	(8,3)
Trésorerie	349,0	256,4	(92,6)
TOTAL ACTIF	2 031,2	1 924,7	(106,4)
Capitaux propres part du groupe	1 156,4	1 135,3	(21,1)
Intérêts non-contrôlants	14,8	11,6	(3,2)
Passif non courant	203,0	197,9	(5,0)
Passif courant	657,0	580,0	(77,0)
TOTAL PASSIF	2 031,2	1 924,7	(106,4)

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	30 juin 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	203,8	194,3	(9,5)
Variation de BFR d'exploitation	(9,2)	(43,0)	(33,8)
Impôt	(1,4)	(49,0)	(47,5)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	193,2	102,3	(90,9)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(36,2)	(38,8)	(2,5)
Eléments récurrents	(44,5)	(35,7)	8,7
Eléments non récurrents	8,2	(3,0)	(11,2)
Flux de trésorerie des activités de financement	(213,2)	(157,2)	56,0
Distribution de dividendes	(189,4)	(131,4)	58,0
Opérations en capital	0,0	(3,1)	(3,1)
Apports en comptes courants des coentreprises	(21,2)	(20,2)	1,0
Remboursement des dettes locatives	(3,1)	(2,5)	0,5
Autres	0,4	(0,0)	(0,4)
Flux de trésorerie des activités cédées	-	-	-
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,0	1,1	1,1
Variation globale de trésorerie	(56,3)	(92,6)	
Trésorerie des actifs détenus en vue de la vente	-	-	-
Trésorerie à l'ouverture	197,0	349,0	152,0
Trésorerie à la clôture	140,8	256,4	115,7
Trésorerie nette de clôture*	38,4	162,9	124,5

* Hors passifs locatifs

4 PERSPECTIVES

MARIES
au premier regard

CHALLENGES S2 2022



Développer l'activité dans un environnement économique dégradé et face à des bases de comparaisons élevées



Renforcer l'attractivité de l'offre de contenus du Groupe



Suivi du projet de fusion des Groupes M6 et TF1



Poursuivre le développement des offres non-linéaires



Développer l'activité de production de fictions



Poursuivre le développement des synergies internes



QUESTIONS
RÉPONSES