



ENSEMBLE



GROUPE



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

30 JUIN 2019

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

1 PRÉSENTATION DU GROUPE **4**

1.1	Chiffres clés	5
1.2	Organigramme	6
1.3	Données sur les principaux marchés et activités du Groupe	7
1.4	Autres faits marquants et événements significatifs survenus au 1er semestre 2019	17
1.5	Facteurs de risques et leur gestion	19
1.6	Effectifs	20

2 GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE **21**

2.1	Conseil de Surveillance	22
2.2	Directoire	22

3 CAPITAL ET COURS DE BOURSE **23**

4 RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL **25**

4.1	État du résultat global consolidé	26
4.2	État de la situation financière consolidée	30
4.3	Tableau de trésorerie consolidé	31
4.4	Parties liées	32
4.5	Événements post-clôture	32

5 COMPTES ET ANNEXES **33**

5.1	États financiers consolidés condensés au 30/06/2019	34
5.2	Notes annexes aux comptes consolidés condensés	40

6 INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES **61**

6.1	Projet de Rapport des commissaires aux comptes	62
6.2	Attestation du responsable	63



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

Semestre clos le 30 juin 2019

Métropole Télévision

PROFIL

Créé en 1987 autour de la chaîne M6, le Groupe M6 est un groupe plurimédia puissant qui repose sur trois piliers : télévision avec 7 chaînes (dont M6, 2^{ème} chaîne commerciale du marché), radio avec 3 stations (dont RTL, 1^{ère} radio de France) et digital avec plus de 30 médias sur internet (dont applications mobiles et service IPTV).

Fort de ses marques et de ses contenus, le Groupe M6 a progressivement étendu ses activités à travers des diversifications ciblées (production et acquisition de contenus, cinéma, e-commerce, musique, spectacles...) et des offres innovantes telles que 6play, sa plateforme digitale.

Prenant soin de développer la complémentarité de ses marques et de répondre aux attentes de ses différents publics avec toujours un temps d'avance, le Groupe M6 se positionne comme un éditeur de contenus résolument ancré dans l'ère des nouvelles technologies.



Nous vous présentons le rapport financier semestriel portant sur le semestre clos le 30 juin 2019, établi conformément aux dispositions des articles L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier et 222-4 et suivants du Règlement Général de l'AMF.

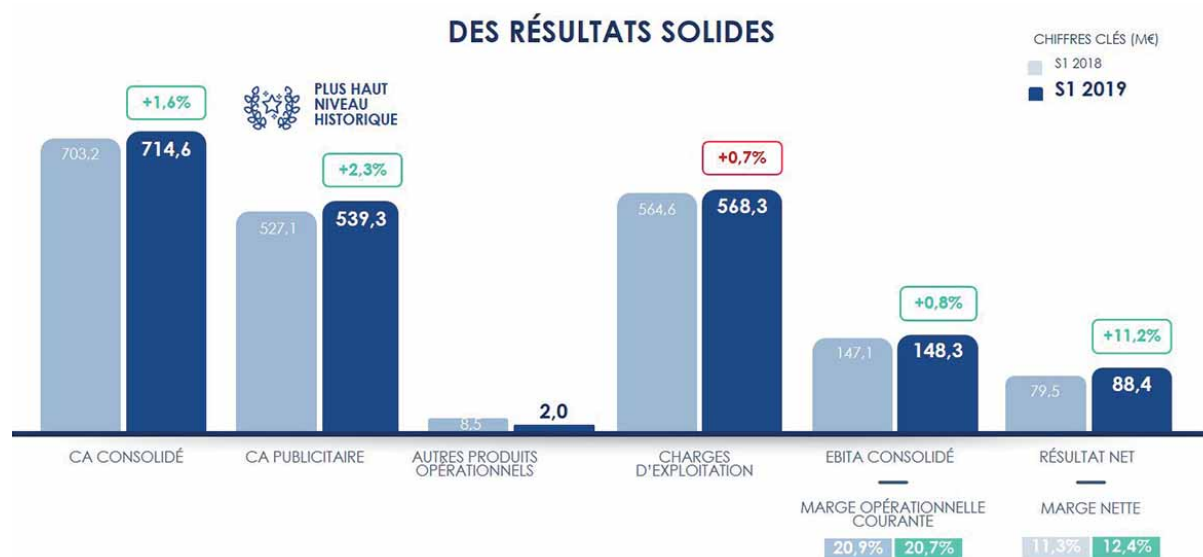
Le présent rapport sera diffusé conformément aux dispositions de l'article 221-3 du règlement général de l'AMF. Il sera notamment disponible sur le site de notre société www.groupem6.fr.

1

PRÉSENTATION DU GROUPE

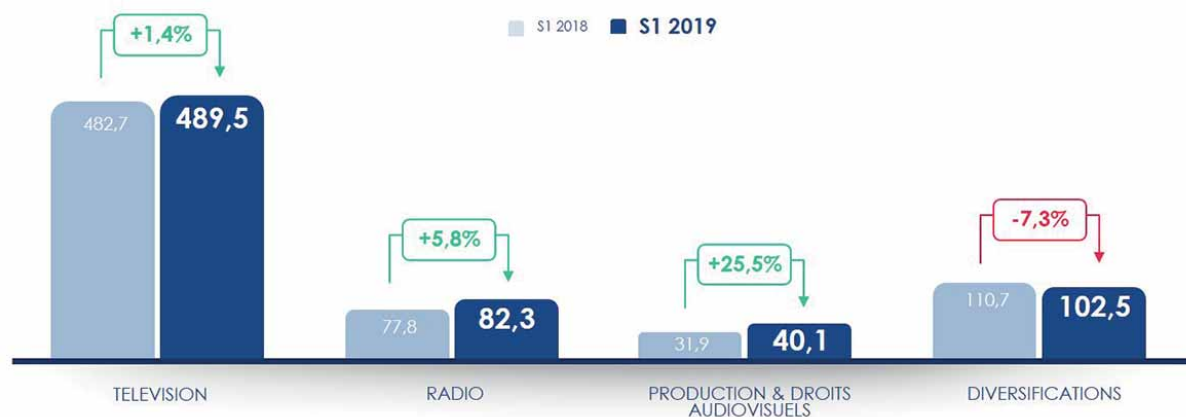
PARIS
PREMIÈRE

1.1 CHIFFRES CLÉS



L'EBITA est défini dans le chapitre 4 du présent rapport semestriel.

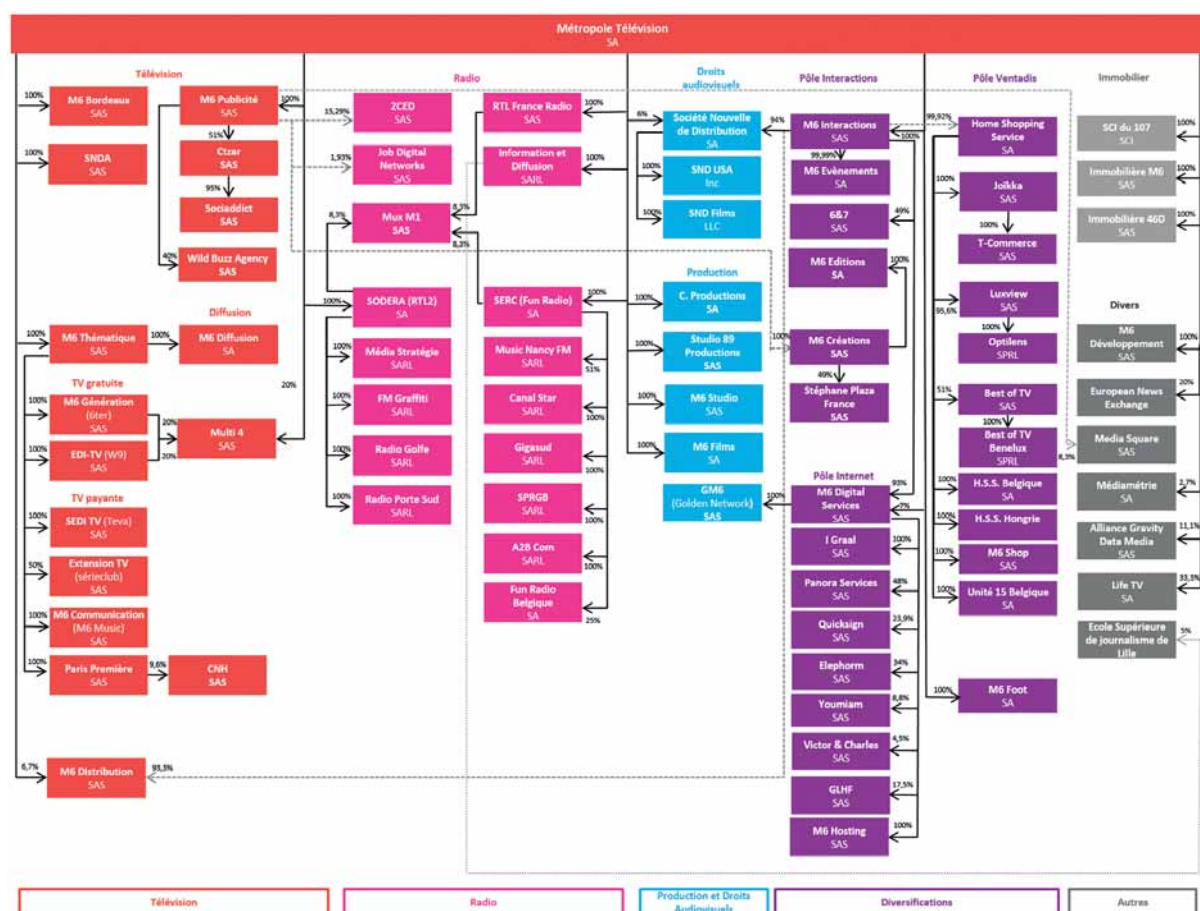
EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT



EVOLUTION DE L'EBITA PAR SEGMENT



1.2 ORGANIGRAMME



Le 1^{er} janvier 2019, la promesse d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires de la société IGraal a été levée, le Groupe a ainsi acquis les 49 % du capital de cette dernière qu'il ne détenait pas.

Le 21 mars 2019, M6 a réduit sa participation dans la chaîne ivoirienne Life TV de 33 % à 12,5 %.

Le 23 mai 2019, M6 Publicité a pris une participation de 40 % dans le capital de Wild Buzz Agency, société spécialisée dans l'organisation d'événements, de lieux éphémères et de congrès, venant ainsi renforcer l'offre de la régie publicitaire envers ses annonceurs.

Le 21 juin 2019, RTL France Radio, SERC et SODERA sont entrées au capital de la Société opératrice du Multiplex M1, dans le cadre de la future diffusion des radios RTL, RTL2 et

Fun Radio en DAB+ (*Digital Audio Broadcasting* ou Radio Numérique Terrestre).

Par ailleurs :

- le 11 février 2019, la société Askanna, dont le Groupe détenait 7,8 %, a été liquidée ;
- le 4 avril 2019, la société R8 a été liquidée ;
- le 16 mai 2019, la participation de M6 Digital Services dans Quicksign est passée de 24,1 % à 23,9 % ;
- le 19 juin 2019, les sociétés SNC, Les Films de la Suane, SNC Audiovisuel FF et SNC Catalogue MC ont été fusionnées dans SND.

1.3 DONNÉES SUR LES PRINCIPAUX MARCHÉS ET ACTIVITÉS DU GROUPE



1.3.1 Télévision

Équipement

À la fin du 4^{ème} trimestre 2018, 93 % des foyers français disposent d'un téléviseur⁽¹⁾. Il reste l'écran le plus présent dans les foyers, devant l'ordinateur, le smartphone et les tablettes tactiles, respectivement présents dans 85 %, 74 % et 48 % des foyers. Le nombre moyen d'écrans s'élève à 5,5 écrans par foyer.

Par ailleurs, parmi les foyers équipés d'un téléviseur, 57 % reçoivent la TNT via l'IPTV (ADSL / Fibre), un chiffre en hausse de 1,4 point sur 6 mois qui permet à ce mode de réception de confirmer sa 1^{ère} position, et 49 % des foyers reçoivent la télévision par l'antenne râteau. Il faut noter néanmoins que plus d'un foyer sur cinq reçoit seulement la télévision grâce à la TNT.

Enfin, les résultats du 4^{ème} trimestre 2018 mettent en évidence que plus de 77 % des foyers disposent d'un téléviseur connecté à internet. Ils le sont principalement par le biais du décodeur TV des fournisseurs d'accès à internet, dont la télévision de rattrapage est l'usage connecté dominant.

Durée d'écoute individuelle

Au 1^{er} semestre 2019, la durée d'écoute individuelle de la télévision est restée très élevée, avec 3 heures et 30 minutes pour les individus âgés de 4 ans et plus (vs. 3 heures et 39 minutes au 1^{er} semestre 2018).

La durée d'écoute globale de la télévision (incluant la consommation sur les écrans internet - ordinateur, tablette, smartphone - et la consommation hors domicile) atteint même 3 h 40.

Par ailleurs, la croissance de la consommation de télévision de rattrapage se poursuit. La hausse sur un an est en effet de 15,6 % en avril 2019. Sur la période, 26,3 millions de vidéos ont été visionnées chaque jour sur les services de replay des 23 chaînes (dont 18 chaînes nationales) suivies par le baromètre mensuel de la télévision de rattrapage du CNC⁽²⁾. 77,1 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes via les offres de télévision de rattrapage au cours des 12 derniers mois.

Audiences

Au 1^{er} semestre 2019, les six chaînes historiques perdent des parts de marché, avec 58,4 %⁽³⁾ de part d'audience (4 ans et plus) contre 59,1 % au 1^{er} semestre 2018, après un regain au 1^{er} semestre 2018 dû à la retransmission d'événements sportifs, mais atteignent un niveau supérieur à celui du 1^{er} semestre 2017.

Les chaînes de l'offre en clair de la TNT représentent ainsi 31,3 % de part d'audience au 1^{er} semestre 2019 contre 30,5 % au 1^{er} semestre 2018.

(1) Observatoire de l'équipement des foyers (CSA), publié le 22 mai 2019

(2) Baromètre de la télévision de rattrapage (CNC) - avril 2019

(3) Source Médiamétrie

Part d'audience nationale 4+

En %	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015	S1 2014
M6	8,8 %	9,1 %	9,5 %	10,1 %	9,8 %	9,9 %
TF1	19,4 %	20,1 %	19,9 %	20,8 %	21,6 %	22,9 %
France 2	13,6 %	13,2 %	12,6 %	13,5 %	14,2 %	14,0 %
France 3	9,1 %	9,5 %	8,7 %	8,9 %	9,0 %	9,5 %
Canal+	1,3 %	1,3 %	1,1 %	2,1 %	2,9 %	2,7 %
France 5	3,7 %	3,6 %	3,7 %	3,4 %	3,4 %	3,2 %
Arte	2,5 %	2,4 %	2,1 %	2,3 %	2,2 %	2,0 %
TOTAL Part d'audience chaînes historiques	58,4 %	59,1 %	57,6 %	61,2 %	63,0 %	64,3 %
W9	2,6 %	2,7 %	2,7 %	2,4 %	2,6 %	2,7 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1^{ère} génération *	21,6 %	21,3 %	23,5 %	21,5 %	21,5 %	21,2 %
6ter	1,8 %	1,6 %	1,6 %	1,3 %	1,0 %	0,7 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2^{ème} génération	9,7 %	9,2 %	8,9 %	7,2 %	5,2 %	3,7 %
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	10,3 %	10,4 %	10,0 %	10,1 %	10,3 %	10,8 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

* y compris Franceinfo et LCI depuis 2017

Source : Médiamétrie

Sur la cible commerciale, les six chaînes historiques perdent 1,4 point de part d'audience, au bénéfice des chaînes de la TNT 1^{ère} génération, qui progressent de +0,4 point, et des chaînes de la TNT 2^{ème} génération (+0,7 point), et retrouvent le niveau de 2017.

Part d'audience nationale FRDA-50

En %	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015	S1 2014
M6	14,3 %	14,6 %	15,2 %	15,8 %	14,9 %	15,5 %
TF1	22,0 %	22,3 %	21,9 %	22,5 %	23,6 %	24,3 %
France 2	8,4 %	8,4 %	8,1 %	8,6 %	9,9 %	10,0 %
France 3	3,5 %	4,2 %	3,5 %	3,7 %	3,9 %	4,3 %
Canal+	1,1 %	1,0 %	0,8 %	1,9 %	2,7 %	2,4 %
France 5	1,9 %	2,1 %	2,1 %	2,0 %	2,0 %	1,9 %
Arte	1,0 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %	1,0 %	1,0 %
TOTAL Part d'audience chaînes historiques	52,2 %	53,6 %	52,4 %	55,4 %	57,9 %	59,4 %
W9	4,0 %	3,9 %	4,1 %	3,7 %	3,7 %	3,7 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1^{ère} génération *	26,0 %	25,6 %	28,2 %	26,4 %	25,2 %	25,1 %
6ter	2,8 %	2,6 %	2,5 %	2,2 %	1,9 %	1,3 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2^{ème} génération	10,3 %	9,6 %	9,1 %	8,1 %	6,8 %	4,9 %
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	11,5 %	11,2 %	10,3 %	10,1 %	10,1 %	10,6 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

* y compris Franceinfo et LCI depuis 2017

Source : Médiamétrie

Marché publicitaire

Selon la dernière note de conjoncture de l'INSEE, publiée en juin 2019, le début de l'année 2019 a été marqué par une accentuation des incertitudes sur la situation économique tant sur le plan international (Brexit, guerre commerciale entre le Chine et les États-Unis) qu'en France (mouvement des gilets jaunes), où les mesures d'urgence économiques et sociales annoncées en décembre dernier se sont toutefois traduites par une progression du pouvoir d'achat.

L'INSEE ajoute néanmoins : « *Pourtant, l'accélération de la consommation des ménages n'a pas été aussi marquée, reflétant peut-être, dans l'ombre portée de la crise des gilets jaunes, un climat teinté d'un peu d'attentisme.* »

L'INSEE prévoit une seconde partie de l'année placée sous des auspices assez similaires : « *l'économie française conserverait, d'ici la fin 2019, un rythme de croissance de 0,3 % par trimestre. En moyenne annuelle, le ralentissement de l'activité se poursuivrait (+1,3 % en 2019 après +1,7 % en 2018 et +2,4 % en 2017), et la consommation des ménages en serait le principal moteur.* »

Dans ce contexte, les investissements publicitaires bruts « télévision » (avant remises et dégressifs) sont en croissance de +3,6 % au 1^{er} semestre, atteignant 6,5 milliards d'euros, traduisant un effet volume positif.

Dans un contexte toujours marqué par une fragmentation des audiences, les chaînes historiques voient leur part de

marché baisser sous les 50 %, en lien avec l'évolution des planifications de campagnes sur l'offre de chaînes élargie (notamment vers les 6 nouvelles chaînes TNT qui progressent de +17 % en un an).

	Chaînes historiques	Chaînes en clair de la TNT	Chaînes de l'ADSL, du câble et du satellite	Total chaînes
Investissements bruts (en K€)	3 260 276	2 815 630	469 602	6 545 508
Croissance (en %) vs. 1 ^{er} semestre 2018	+1,1 %	+5,4 %	+11,5 %	+3,6 %
Part de marché brute (en %) S1 2019	49,8 %	43,0 %	7,2 %	100 %
Part de marché brute (en %) S1 2018	51,0 %	42,3 %	6,7 %	100 %

Source : Kantar Media, chaînes hertziennes hors parrainage et chaînes régionales, 1^{er} semestre 2019

Sur les chaînes historiques (+1,1 %), la situation est contrastée selon le secteur annonceur. Ainsi l'Alimentation (1^{er} secteur annonceur) voit ses investissements baisser sur le semestre, de même que l'Hygiène-Beauté, alors que l'Automobile et la Distribution progressent.

Selon les dernières données publiées pour le compte des trois premiers mois de l'année, le marché publicitaire français plurimedia net hors internet serait en baisse de -1,3 %⁽¹⁾. Les investissements publicitaires en télévision (+2,1%) progressent, notamment les recettes sur le digital (+4,4 %).

Le marché publicitaire TV net devrait néanmoins afficher un recul au 2^{ème} trimestre⁽²⁾.

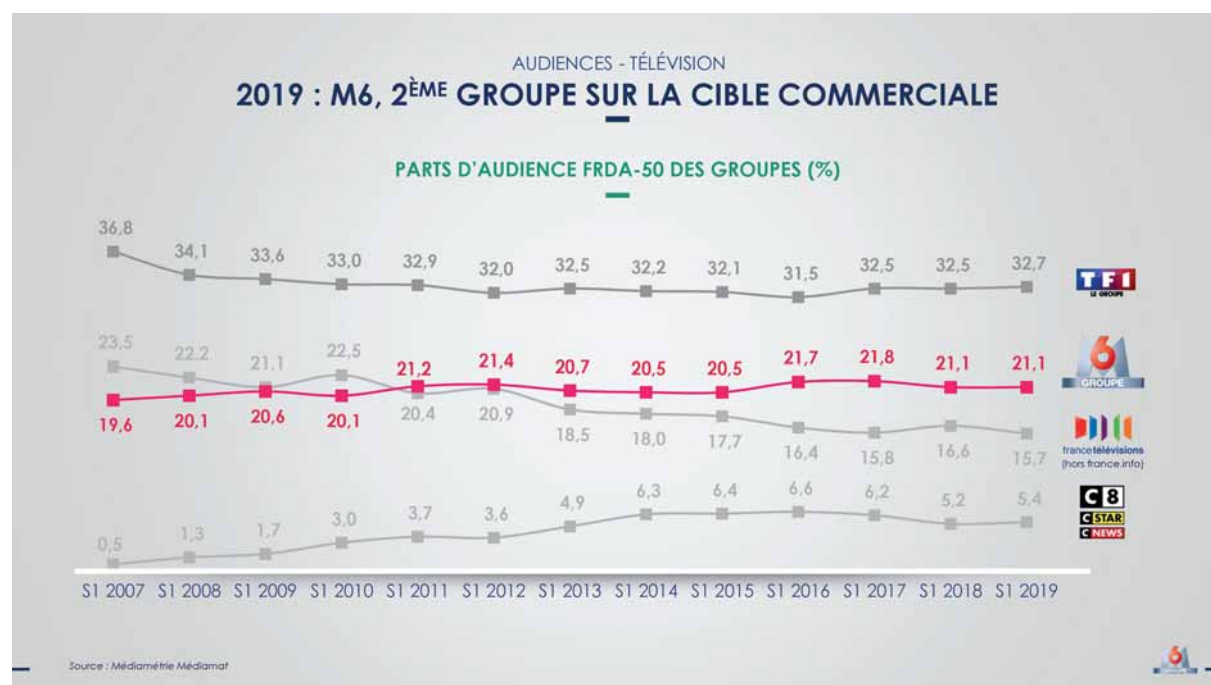
Sur le semestre, toutes les chaînes de télévision ont un temps de publicité élevé. Ainsi TF1 Séries Films affiche-t-il

une durée de publicité quotidienne de 3 h 40, TMC de 3 h 23, quand M6, W9 et 6ter sont dans la moyenne avec des temps de publicité respectifs de 3 h 14, 3 h 12 et 3 h 11.

Performance d'audience des chaînes du Groupe

Les chaînes en clair du Groupe M6 réalisent sur le 1^{er} semestre 2019 une part d'audience moyenne de 21,1%⁽³⁾ (stable sur un an) sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, et de 13,2 % sur l'ensemble du public (-0,2 pt par rapport au S1 2018).

Sur une plus longue période, les audiences du Groupe M6 sont également stables (21,1 % à comparer à une audience moyenne sur les dix dernières années de 21,0 % sur la cible commerciale) :



(1) Baromètre unifié du marché publicitaire, 1^{er} trimestre 2019, France Pub - IREP - Kantar, y compris recettes nettes digitales de la télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure

(2) Estimation M6

(3) Médiamétrie

M6

La chaîne M6 conserve son rang de 2^{ème} chaîne nationale auprès de la cible commerciale sur l'ensemble de la journée.

Avec 2,5 M de téléspectateurs en moyenne, M6 délivre au 1^{er} semestre 2019 une solide performance sur le créneau horaire stratégique du prime-time, à un bon niveau sur les FRDA-50 (17 % de part d'audience).

Certaines de ses marques fortes progressent encore, à l'image de *Top Chef* (3,2 M de téléspectateurs, meilleure saison FRDA-50 depuis 6 ans avec 25 % de part d'audience), *Zone Interdite* (2,3 M de téléspectateurs, 2^{ème} meilleure saison FRDA-50 ans depuis 9 ans), *Capital* (2,6 M de téléspectateurs, meilleure saison FRDA-50 ans depuis 8 ans) et *Mariés au premier regard* (2,8 M de téléspectateurs, 23 % de part d'audience sur les FRDA-50, en progression pour sa 3^{ème} saison).

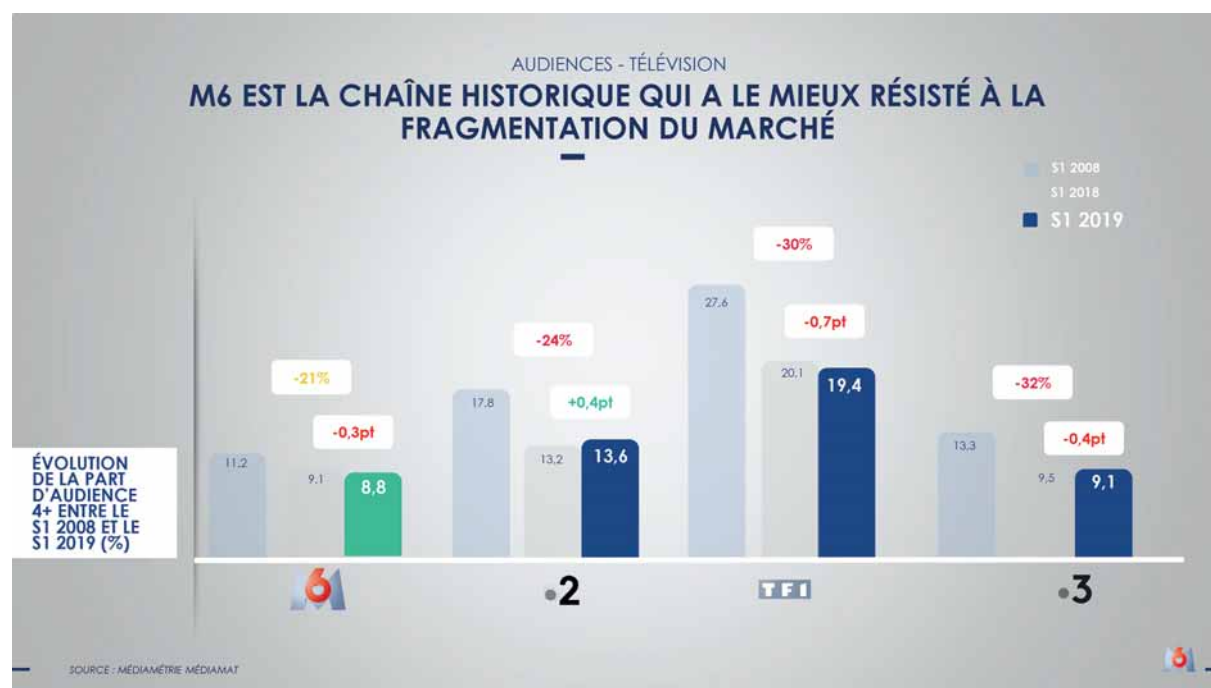
La chaîne M6 a également bénéficié des succès d'audience des matchs de l'équipe de France masculine de Football.

France-Islande et *Andorre-France* ont, en effet, rassemblé respectivement 6,1 M et 5,1 M de téléspectateurs.

Enfin, le semestre a été marqué par la diffusion du spectacle *Les Bodin's Grandeur Nature*, qui réalise la meilleure audience depuis 2 ans sur M6 (hors football), avec 4,8 M de téléspectateurs en moyenne entre 21 h 10 et 0 h 05.

Sur le carrefour d'audience clé de l'avant-soirée, M6 est la 1^{ère} chaîne de France sur la cible commerciale, avec une part d'audience moyenne de 18,7 %⁽¹⁾ entre 19 h 45 et 21 h du lundi au vendredi. Ce résultat s'explique par les excellentes performances de *Scènes de Ménages*, fiction quotidienne la plus regardée de la TV française avec 4,0 M de téléspectateurs en moyenne (22 % de part d'audience FRDA-50), et du *1945*, qui réunit chaque soir 2,6 M de téléspectateurs (20 % FRDA-50).

Sur le long terme (2008-2019), M6 reste la chaîne historique qui a le mieux résisté à l'arrivée des chaînes TNT.



W9

W9 se classe 2^{ème} chaîne TNT auprès des FRDA-50 sur l'ensemble de la journée (4,0 % de part d'audience, en hausse de +0,1 point sur un an).

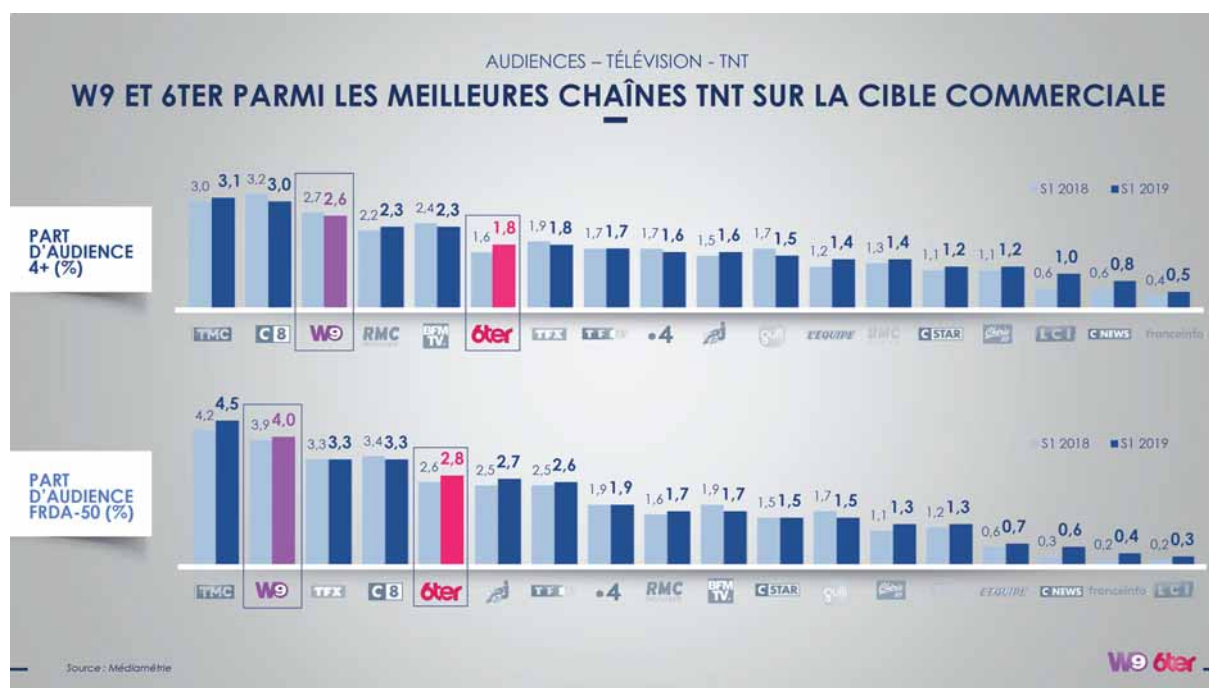
La chaîne propose notamment l'offre de télé-réalité la plus puissante de la télévision, rassemblant chaque avant-soirée un public large et jeune avec 1,1 M de téléspectateurs en moyenne sur tous les écrans cette saison. Les marques *Les Marseillais* et *Moundir et les apprentis aventuriers* ont à nouveau connu des résultats d'audience remarquables.

W9 est, en outre, la 2^{ème} chaîne TNT en prime-time sur les 4+. Elle a notamment bénéficié du lancement réussi de *Les 100*

Vidéos qui ont fait rire le monde. Produit par Golden Network, le programme a réuni en moyenne 0,9 M de téléspectateurs sur l'ensemble des primes de la saison (5,1 % de part d'audience FRDA-50).

Pionnière en matière de football féminin, avec notamment la Coupe du monde au Canada il y a 4 ans, W9 est devenue cette saison diffuseur officiel de l'équipe de France (hors compétitions internationales). Les matchs diffusés ont connu un réel engouement avec 1,0 M de téléspectateurs en moyenne pour les 6 matchs diffusés au 1^{er} semestre.

(1) Audiences veille



6ter

Avec son offre de programmes variée pour l'ensemble de la famille, 6ter voit sa part d'audience sur la cible commerciale progresser de +0,2 point au 1^{er} semestre 2019, à 2,8 %.

La chaîne bénéficie notamment du succès de ses productions, à l'image du programme inédit *Les Mamans* qui progresse pour sa 2^{ème} saison (au 1^{er} semestre : 0,2 M de téléspectateurs en moyenne pour l'épisode inédit, 4 % sur la cible FRDA-50 pour l'ensemble du bloc). Grâce à la salve avril-juin de son feuilleton-réalité de la fin d'après-midi, elle se classe 4^{ème} chaîne nationale, toutes générations confondues, auprès des FRDA-50 avec enfants.

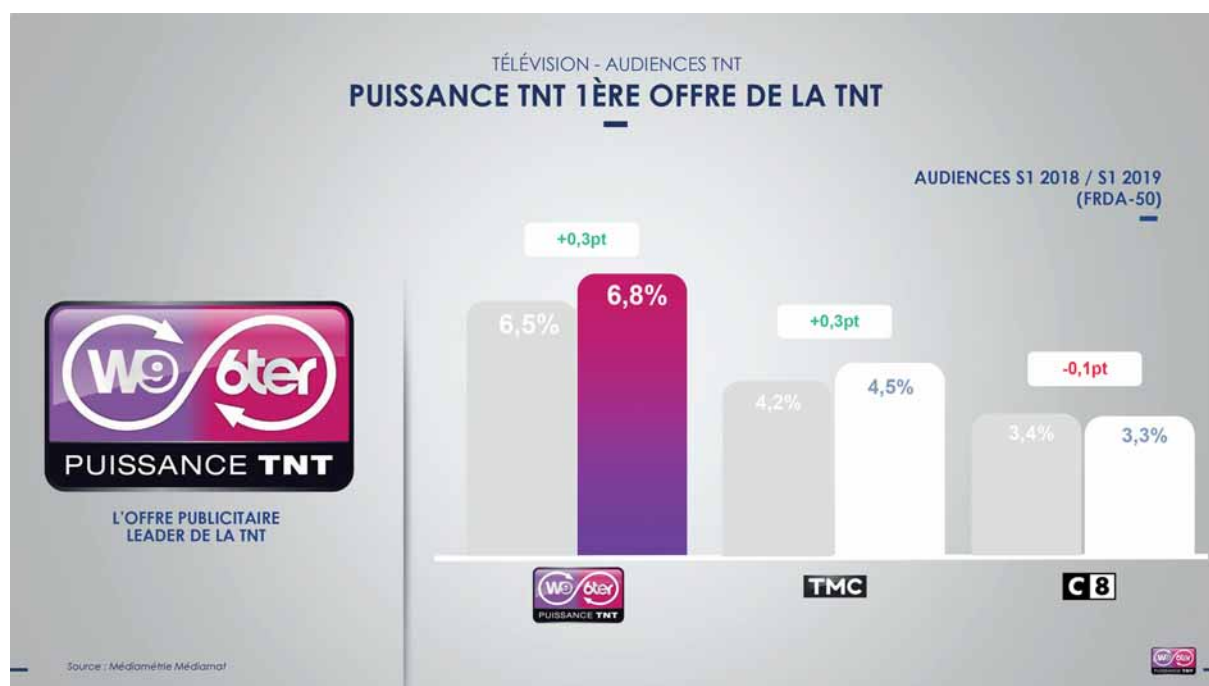
En soirée, 6ter a enregistré lors du semestre son record d'audience historique et la 3^{ème} meilleure audience historique

pour un film sur la TNT HD avec *La Belle et le Clochard* qui a rassemblé 1,1 M de téléspectateurs.

Puissance TNT

Depuis 2014, M6 Publicité a mis en place, pour la première fois en France, la synchronisation des écrans publicitaires de ses deux chaînes de la TNT en clair - W9 et 6ter - au travers de son offre « Puissance TNT ».

Grâce à la performance d'audience des deux chaînes, Puissance TNT conserve au 1^{er} semestre 2019 sa position d'offre publicitaire leader de la TNT, loin devant ses concurrents, avec qui l'écart se creuse.



Chaînes cab-sat

Dans l'univers de la télévision payante, les chaînes du Groupe ont conforté leurs succès⁽¹⁾, notamment :

- Paris Première, qui signe une performance historique sur le semestre avec 0,5 % de part d'audience nationale, et s'affiche comme le leader des chaînes payantes auprès des CSP+ avec 0,6 % de part d'audience (en progression de +23 % en un an). Paris Première est également la chaîne payante la plus regardée, avec 9,7 millions de téléspectateurs chaque mois.
- Téva, 1^{ère} chaîne payante auprès des femmes, et leader auprès de la cible commerciale (FRDA-50) pour la 17^{ème} vague consécutive. Téva fait partie des 3 chaînes payantes les plus regardées avec 6,4 millions de téléspectateurs chaque mois.
- serieclub, qui signe une vague record auprès de l'ensemble du public depuis 6 ans.

6play

Le Groupe a continué de renforcer sa présence digitale au 1^{er} semestre 2019, pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation de la télévision.

La plateforme affiche ainsi une audience en forte croissance, avec 639 millions de vidéos vues long-form au 1^{er} semestre 2019 sur tous les écrans, en progression de +12 % sur un an⁽²⁾.

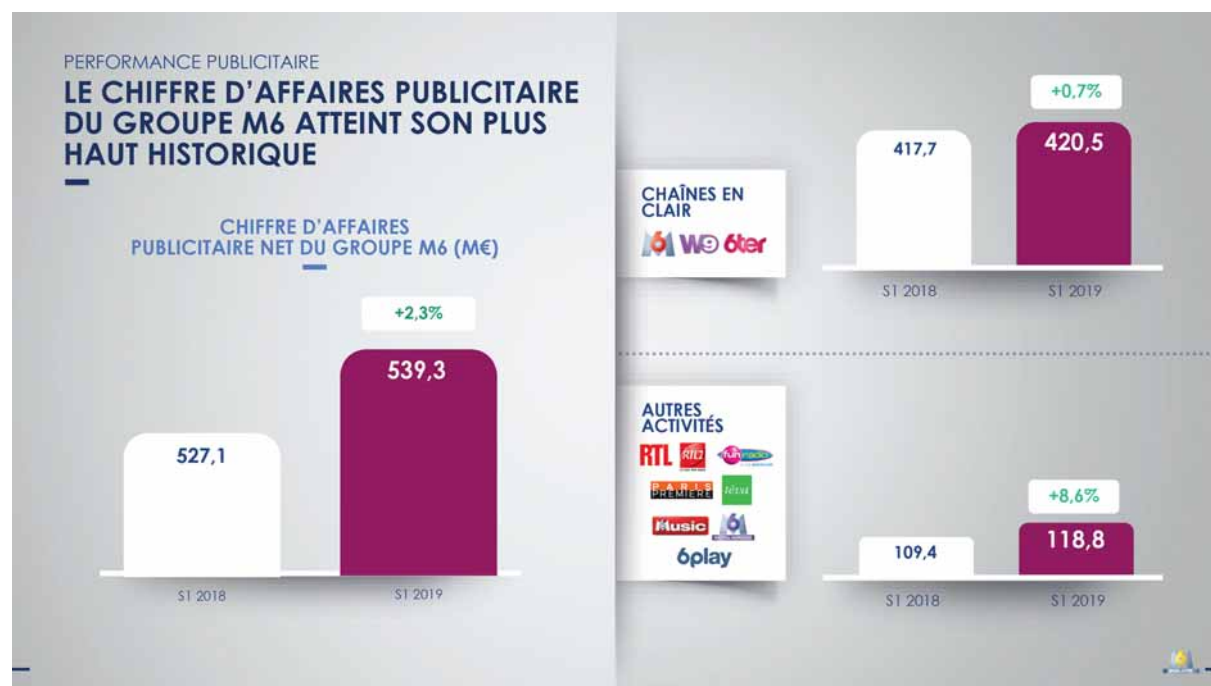
En outre, la contribution aux audiences TV des chaînes du Groupe (4 %⁽³⁾ sur l'ensemble des téléspectateurs et 6 % sur la cible Millenials⁽⁴⁾) est sensiblement supérieure à celle des services replay des autres chaînes.

De ce fait, 6play poursuit la croissance de ses revenus publicitaires, soutenue par ces bonnes audiences mais aussi par des indicateurs extrêmement performants en termes de visibilité des publicités, de « brand safety » et de ciblage contextuel ou data.

Enfin, grâce à sa technologie à la pointe de l'innovation, 6play exporte sa plateforme technique en marque blanche à l'étranger (Croatie, Belgique, Hongrie).

Performance publicitaire des chaînes du Groupe

Dans un marché publicitaire irrégulier, pouvant alterner mois de croissance soutenue et mois de recul marqué, les chaînes en clair du Groupe M6 enregistrent une croissance de +0,7 % de leurs recettes publicitaires.



Par ailleurs sur le semestre, M6 Publicité a maintenu une dynamique forte en matière d'innovation et de développement de ses offres.

La période est notamment marquée par :

- le lancement de "Puissance 6", 1^{er} écran publicitaire diffusé en simultané sur M6, W9 et 6ter offrant une puissance et une couverture inédite ;
- l'inauguration du 1^{er} écran publicitaire synchronisé TV/Radio à l'occasion de la diffusion de la matinale « Bruno dans la Radio » en simultané sur W9 et Fun Radio ;
- le 1^{er} test de publicité adressée sur téléviseurs connectés, avec la substitution d'un spot publicitaire en direct sur

plusieurs segments d'audience, à l'échelle nationale et en direct, tout en conservant la diffusion classique sur les TV non connectées ;

- la simplification et l'enrichissement de MY6, la plateforme personnalisée à destination des acheteurs média, qui ont désormais accès à une fonctionnalité d'achat en ligne, ceci afin de faciliter l'accès aux inventaires du Groupe M6 grâce à une connexion en temps réel à son planning.

Enfin Ctzar, la dernière acquisition de M6 Publicité spécialisée dans le marketing d'influence, a poursuivi son développement au cours du semestre en renforçant sa position dans le secteur du luxe.

(1) Médiamétrie Médiamat Thématik, du 31 décembre 2018 au 16 juin 2019

(2) Médiamétrie eStat / YTD janvier – juin 2019 – consommation totale vidéos vues

(3) Médiamétrie Médiamat & Restit' TV (Jan. – Juin. 2019)

(4) 15-34 ans

1.3.2 Radio

Équipement

À la fin du 4^{ème} trimestre 2018, 99,6 % des individus possèdent au moins un support permettant d'écouter la radio ⁽¹⁾

(un chiffre stable sur un an). 80 % des Français possèdent même au moins 6 supports permettant d'écouter ce média.

Audiences

Part d'audience historique 13 ans et + :

	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015	S1 2014
EUROPE 1	4,2	5,3	6,1	7,0	7,5	8,2
FRANCE INTER (radio publique)	12,1	11,0	11,2	10,7	9,3	8,7
RMC	6,2	6,7	6,8	6,1	6,6	6,6
RTL	12,1	12,9	12,5	12,5	11,8	11,1
FRANCE BLEU (radio publique)	6,0	6,2	6,1	6,4	6,6	6,6
SUD RADIO	-	-	-	-	-	-
Programmes Généralistes	40,7	42,1	42,7	42,6	41,8	41,2
CHERIE	2,1	2,2	2,7	2,5	2,9	2,4
FUN RADIO	3,5	3,9	3,9	4,1*	4,1	3,9
MOUV (radio publique)	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1	0,2
M RADIO	0,8	0,9	0,6	0,6	0,6	0,6
NOSTALGIE	4,5	4,8	4,1	4,1	3,8	4,1
NRJ	6,2	5,8	6,2	7,1	7,3	7,8
RADIO NOVA	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,8
RFM	3,1	3,0	2,9	3,2	3,4	3,1
RIRE ET CHANSONS	1,3	1,3	1,1	1,1	1,2	1,4
RTL2	2,9	3,0	2,5	2,7	2,7	2,8
SKYROCK	3,2	3,5	3,5	3,3	3,3	3,8
VIRGIN RADIO	2,3	2,6	2,7	2,9	2,3	2,0
Programmes Musicaux	30,8	31,7	31,0	32,1	32,2	32,9
FRANCE INFO (radio publique)	3,9	3,6	4,0	3,4	3,1	3,2
FRANCE MUSIQUE (radio publique)	1,3	1,3	1,1	1,3	1,1	0,9
FRANCE CULTURE (radio publique)	2,2	1,7	1,7	1,4	1,4	1,5
RADIO CLASSIQUE	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,8
Autres stations Thématiques**	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6
Programmes Thématiques	9,5	8,8	9,0	8,3	7,8	8,0
Couplage Les Indés Radios	11,7	11,0	11,1	10,8	11,7	11,6
ALOUETTE	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,8
Autres stations Locales ***	3,3	2,6	2,3	2,5	2,6	2,5
Programmes Locaux	15,6	14,3	14,1	13,9	15,0	14,9
Autres programmes ****	3,4	3,0	3,2	2,8	3,1	3,0
TOTAL	100%	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

*Recalcul

**BFM Business et RFI-Radio France Internationale.

*** autres radios locales non affiliées à un réseau national

**** regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP

Par ailleurs RTL, déjà très puissante sur le podcast replay avec 29,5 millions de téléchargements par mois⁽²⁾, a lancé le 27 mai 2019 une offre de podcasts natifs "RTL Originals" qui s'articule autour de 11 podcasts originaux conçus à partir des thématiques éditoriales fortes des antennes télévision, radio et digitales du groupe.

1 mois après son lancement, les 5 premiers podcasts affichent déjà 1 million d'écoutes⁽³⁾.

RTL Originals est aussi un label de production de contenus audio digitaux au service des marques et autres diffuseurs.

(1) Observatoire de l'équipement des foyers (CSA), publié le 22 mai 2019

(2) Médiamétrie / eStat / Mesure podcast - Monde - mai 2019

(3) Outil interne - Toutes plateformes - 2019

Enfin l'année 2019 est toujours marquée par la poursuite de l'intégration de RTL Radio, avec un objectif de générer 3 M€

de synergies en coûts et en revenus. L'objectif 2020 est d'atteindre 38 M€ d'EBITA.

Marché publicitaire

Les investissements publicitaires bruts « radio » (avant remises et dégressifs) sont en croissance de +7,7 % au 1^{er} semestre, atteignant 2,5 milliards d'euros, traduisant un effet volume positif. Les deux trimestres affichent d'ailleurs la même progression (+7,7 %).

Les données de l'institut Kantar Media⁽¹⁾ confirment la tendance favorable, avec des investissements publicitaires nets en radio en progression de +2,5 % au 1^{er} trimestre.

	Stations Généralistes	Musicales Adultes	Musicales Jeunes	Autres	Total
Investissements bruts (en K€)	841 397	934 498	573 384	101 924	2 451 203
Croissance (en %) vs. 1 ^{er} semestre 2018	+2,8 %	+12,9 %	+6,4 %	+12,5 %	+7,7 %
Part de marché brute (en %) S1 2019	34,3 %	38,1 %	23,4 %	4,2 %	100 %
Part de marché brute (en %) S1 2018	36,0 %	36,4 %	23,7 %	4,0 %	100 %

Sur les stations généralistes (+2,8 %), comme sur les stations musicales adultes (+12,9 %), la situation est favorable sur les principaux secteurs annonceurs (Distribution généraliste, Automobile, Distribution spécialisée).

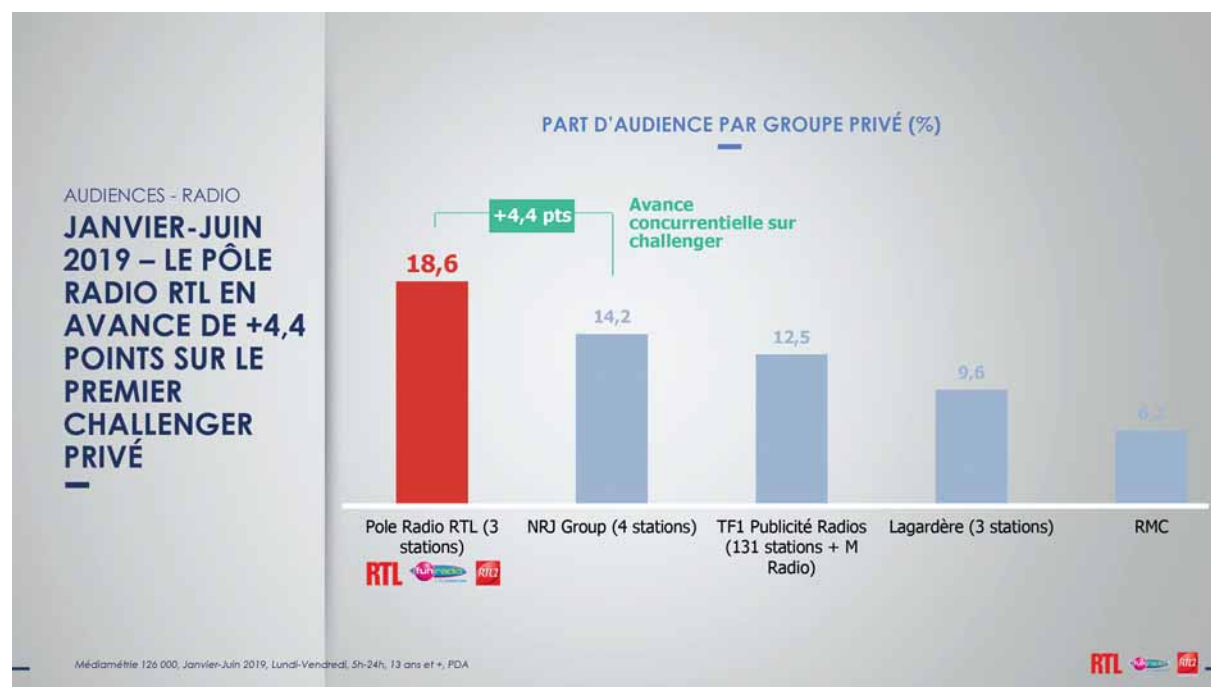
Performance d'audience des stations du Groupe

Sur le 1^{er} semestre 2019, le pôle RTL Radio conforte son statut de 1^{er} groupe radio privé de France avec une part d'audience de 18,6 % sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus, soit une avance de +4,4 points sur son premier challenger privé.

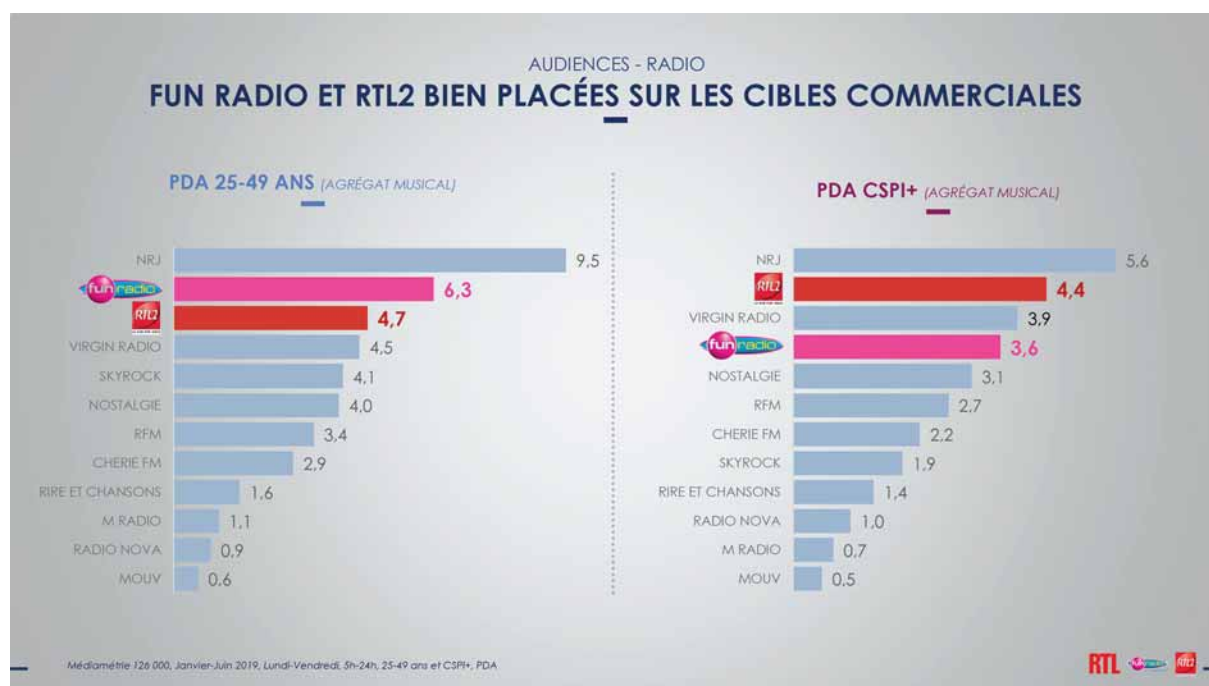
la saison, RTL est seul leader, devançant nettement sa concurrente publique de +0,4 point.

- Avec 12,1% de part d'audience, RTL conserve son leadership, à égalité avec France Inter. Sur l'ensemble de

- Les radios musicales du pôle réalisent de bonnes performances sur les cibles commerciales. Fun Radio se classe ainsi 2^{ème} radio musicale sur les 25-49 ans et RTL2 2^{ème} radio musicale sur les CSPI+.



(1) Baromètre unifié du marché publicitaire, 1^{er} trimestre 2019, France Pub - IREP-Kantar, y compris recettes nettes digitales de la télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure



Performance publicitaire des stations du Groupe

Dans un marché stable, RTL, Fun Radio et RTL2 affichent une bonne dynamique publicitaire sur le semestre et surperforment le marché.

1.3.3 Production et droits audiovisuels

Production et distribution cinéma

Marché du cinéma

La fréquentation des cinémas a atteint 104,6 millions d'entrées⁽¹⁾ sur les six premiers mois de l'année 2019, enregistrant une hausse de +0,9 % par rapport au 1^{er} semestre 2018. La part de marché des films français recule et atteint 39,2 %, contre 41,9 % sur le 1^{er} semestre 2018. À l'inverse, celle des films américains progresse, passant de 43,0 % à 48,1 % sur la période janvier-juin 2019.

SND

Les films distribués par SND ont cumulé 4,7 millions d'entrées, contre 2,9 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2018. Cette hausse résulte d'un calendrier de sorties cinéma plus favorable.

Sur les 6 films sortis en salles ce semestre, 3 atteignent plus de 800 000 entrées : *After - Chapitre 1* (1,2 M d'entrées), *Tanguy, le retour* (1,0 M d'entrées) et *L'incroyable histoire du facteur Cheval* (0,8 M d'entrées).

En outre, le 1^{er} semestre 2019 a été marqué par la poursuite du succès d'*Astérix - Le Secret de la Potion Magique*, à la fois en salles en France (1,1 M d'entrées sur la période, soit près de 4 M au total) et à l'international puis en DVD et VOD.

M6 Films

La filiale de production cinématographique a financé 6 films exploités en salles qui ont enregistré un total de 7,8 millions

d'entrées⁽²⁾, contre 3,0 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2018.

Nous finirons ensemble (2,8 M d'entrées) et *Nicky Larson et le parfum de Cupidon* (1,7 M d'entrées) sont les deux films les plus performants du line-up de M6 Films sur la période.

Production TV

C Productions

C Productions a produit au 1^{er} semestre les magazines d'information de la chaîne M6, comme *Capital*, *Zone Interdite*, *66 minutes*, *Enquête exclusive*, mais aussi d'autres émissions comme *Enquêtes Criminelles* pour W9.

Studio 89

Au 1^{er} semestre 2019, Studio 89 a produit de nombreuses émissions pour M6 (*Mieux chez soi*, *Chasseurs d'appart* pour l'avant-soirée de la chaîne, *Top Chef*, *Mariés au premier regard* et *Cauchemar en Cuisine* pour la soirée), et pour les autres chaînes du Groupe (*Un Dîner presque parfait* pour W9, *Norbert commis d'office* pour 6ter).

Production digitale

Golden Network

Studio digital lancé en 2017 pour développer la production de contenus dédiés aux Millenials, Golden Network regroupe

(1) Estimations du CNC sur la fréquentation cinématographique à fin juin 2019

(2) Source : CBO Box-Office

l'ensemble des MCN (*multi-channel networks*) du Groupe. Il se positionne comme l'un des réseaux français les plus attractifs avec plus de 700 millions de vidéos vues par mois.

À fin juin 2019, les 6 médias du réseau, Golden Moustache (humour/divertissement), Golden News (actualités), Golden Pop (cinéma, jeux vidéo, musique), Golden Food (tendances culinaires), Wondher (empowerment féminin) et Rose Carpet (lifestyle) rassemblent 10 millions d'abonnés toutes plateformes confondues.

Le semestre a également été marqué par l'arrivée de nouveaux talents qui viennent compléter la puissance sur

l'influence marketing du studio et conforter son leadership sur les thématiques beauté et lifestyle, avec notamment Romy (1,3 M d'abonnés sur YouTube) et Mister V (5,1 M d'abonnés sur Youtube).

Enfin, Golden Network a accru ses collaborations avec les autres médias du Groupe M6, produisant notamment 4 émissions *Les 100 vidéos qui ont fait rire le monde* diffusées en soirée par W9 et 2 émissions en prime-time pour Paris Première (*La bataille du rire*) ainsi que pour Téva (*Téva Comedy Show*).

1.3.4 Diversifications

Vente à distance

Marché du e-commerce

Le bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2019, publié par la Fevad, indique une croissance des ventes sur Internet de +12 % atteignant 24,9 milliards d'euros. Cette croissance est tirée par l'augmentation de la fréquence d'achat et du nombre d'acheteurs. La hausse du nombre de transactions (+19 %, à plus de 400 millions) qui en découle compense la baisse du panier moyen (-6 %). Par ailleurs, la diversification de l'offre se poursuit avec +16 % de nouveaux sites en un an, soit 24 000 sites supplémentaires.

Ventadis

Depuis la cession de monAlbumPhoto en juillet 2018, le pôle Ventadis est structuré autour des activités suivantes :

- le téléachat en France, porté par la filiale **Home Shopping Services**, sous la marque "M6 Boutique" : dans un marché fortement concurrencé par le e-commerce, son niveau d'activité s'inscrit en baisse sur les six premiers mois de l'année 2019, en raison d'un catalogue produits moins efficace. Toutefois, le 1^{er} semestre a été marqué par le succès du *Compact Cook Elite*, vendus à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires. Fort de cette réussite, ce robot cuiseur multifonction fait désormais l'objet d'un site internet dédié pour sa commercialisation ou la diffusion de nouvelles recettes. Par ailleurs, toujours en quête de nouveaux relais de croissance, Home Shopping Service a lancé, au cours du semestre, *Leon's Corner*, une nouvelle marque 100 % e-commerce. Par l'intermédiaire de vidéos de présentation humoristiques, réalisées notamment par Golden Network, *Leon's Corner* commercialise des produits à destination des Millenials dans les thématiques Cuisine, Maison/Déco, Beauté, Loisirs et Bébé/Kids.
- le téléachat en Belgique : Home Shopping Service, déjà présent au capital à hauteur de 50 %, est désormais actionnaire à 100 % de **HSS Belgique**. Cette structure gère la marque "La Boutique" sur internet et sur les antennes de RTL-TVI ;
- la distribution des meilleurs produits du téléachat en grandes surfaces et distribution spécialisée, via la filiale **Best of TV**. Son niveau d'activité progresse grâce à une gamme de produits plus étoffée ;
- la distribution de bijoux sur internet avec la marque de joaillerie **Joikka** : lancé en fin d'année 2018, le site accueille déjà plus de 15 000 visiteurs uniques par semaine.

Internet

Marché de la publicité digitale

Le marché français de la publicité digitale (search, social, display et autres leviers) a atteint 2 784 M€⁽¹⁾ de chiffre d'affaires net sur le 1^{er} semestre 2019, en progression de +13 % par rapport au 1^{er} semestre 2018.

Au sein de ce marché, la publicité digitale « display » a généré un chiffre d'affaires net de 550 M€ au 1^{er} semestre 2019, en hausse de +13 %. Elle représente 20 % du marché de la publicité digitale.

La publicité display "classique" (bannières, habillages de site...) a progressé de +11 %, à 240 M€. La publicité display "vidéo" a enregistré, pour sa part, une croissance de +16 %, à 232 M€.

En outre, le poids du Mobile continue de se renforcer en « display », avec une croissance de +33 % pour la catégorie "classique" et de +22 % pour la catégorie "vidéo".

Concernant les modes de vente, le display est désormais commercialisé à 51 % en programmation.

M6 Digital Services

Au sein d'un marché du display en croissance mais marqué par une pression concurrentielle très intense, l'activité publicitaire des portails progresse au 1^{er} semestre 2019. Celle-ci est portée par le dynamisme du trafic des sites. *PasseportSanté.net* s'impose ainsi comme le 2^{ème} acteur de l'univers Santé/Bien-être, avec 9,4 millions de visiteurs uniques par mois⁽²⁾, en progression de +55 % sur un an. Dans l'univers Cuisine, *CuisineAZ.com* atteint 7,2 millions de visiteurs uniques par mois, en croissance de +25 % sur un an.

M6 Digital Services bénéficie également du succès d'iGraal, qui a consolidé au cours du 1^{er} semestre 2019 sa position de leader français du cash-back online. Présent également en Allemagne, iGraal rassemble au total, sur ces deux marchés, 5,4 millions d'inscrits au 30 juin 2019, soit une croissance de +26 % sur un an. iGraal permet ainsi au groupe de renforcer sa capacité d'innovation au service des e-commerçants, de développer son offre de « bons plans » auprès des consommateurs grâce à un rapprochement opérationnel avec l'activité de codes promo de Radins.com, et enfin d'enrichir sa stratégie Data en accédant à des données très qualifiées de comportement d'achat.

(1) Syndicat des Régies Internet, 22^{ème} édition de l'Observatoire de l'e-Pub – juillet 2019

(2) Source : Médiamétrie (janvier à mai 2019)

Téléphonie mobile

M6 mobile by Orange

En lien avec l'évolution du marché de la téléphonie mobile, Orange et le Groupe M6 avaient conjointement décidé en 2016 le transfert progressif des abonnés M6 mobile by Orange vers des offres Orange équivalentes.

Ainsi, jusqu'au 30 juin 2019, date du terme définitif de l'accord, le Groupe M6 a continué à percevoir une rémunération au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque.

Musique et spectacles

Marché de la musique enregistrée

Pour la 3^{ème} année consécutive, le marché de la musique enregistrée française a progressé en 2018, de +1,8 %⁽¹⁾. Ces résultats traduisent l'adaptation de l'industrie aux nouveaux modes de consommation de la musique. En effet, le chiffre d'affaires généré par le numérique a dépassé pour la 1^{ère} fois celui des ventes physiques et réalise désormais 57 % des ventes globales. Le streaming constitue ainsi le moteur principal de la croissance. Les revenus des abonnements progressent de +23 % et deviennent la 1^{ère} source de chiffre d'affaires de la musique enregistrée.

S'il continue de perdre du terrain, le CD résiste mieux en France que dans la plupart des autres pays, grâce à un réseau de distribution unique, et représente encore plus d'un tiers des revenus physiques et numériques.

Par ailleurs, les artistes "made in" France, parmi lesquels les *Kids United* et *Les Trois Cafés Gourmands*, coproduits par M6 Musique Label, ont réalisé 19 des 20 meilleures ventes d'albums de l'année 2018, et occupent 80 % du Top 200.

M6 Interactions

Sur le 1^{er} semestre 2019, l'activité Musique de M6 Interactions ressort en légère hausse. Le label M6 Music place 7 titres

dans le top 25 des meilleures ventes d'albums physiques du semestre, dont l'album en coproduction des *Trois Cafés Gourmands*, *Un air de rien*, vendu à plus de 100 000 exemplaires.

De nouveaux accords de co-exploitation ont été par ailleurs signés sur la période, avec notamment Aya Nakamura, Dadju et Claudio Capéo.

L'activité Spectacles est, elle, en baisse. Le premier semestre 2018 avait en effet été marqué par les bonnes performances de la tournée des *Kids United* et du spectacle *Émilie Jolie*, sans équivalent en 2019, même si le succès des *Bodin's* s'est poursuivi.

M6 Créations

Après s'être réorganisée en 2018 pour proposer une offre sur-mesure à ses clients avec davantage de mutualisation entre les différents médias du Groupe sous la marque *M6 Unlimited*, la société signe désormais des opérations de grande ampleur avec par exemple :

- le Parc Astérix dont la célébration des 30 ans a été accompagnée d'une délocalisation de l'émission *Bruno dans la radio* au sein du Parc, ainsi que la diffusion en exclusivité sur M6 d'un spot TV inédit avec le Chef Philippe Etchebest ;
- l'opération *#Prenezlerelais* pour le compte de L'Établissement Français du Sang, qui a mobilisé une quinzaine d'animateurs de l'ensemble des chaînes et stations du Groupe, accompagnés d'influenceurs et d'anonymes. La mobilisation du Groupe M6 a été massivement diffusée via des spots publicitaires TV, une campagne d'affichage nationale, un programme-court, des contenus éditoriaux, des vidéos témoignages, un challenge social et la publication de contenu pédagogique.

1.4 AUTRES FAITS MARQUANTS ET ÉVÉNEMENTS SIGNIFICATIFS SURVENUS AU 1ER SEMESTRE 2019

Acquisition du Pôle Télévision de Lagardère

Le 31 janvier 2019, le Groupe M6 est entré en négociations exclusives avec Lagardère Active pour l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère (hors Mezzo), leader français de la TV linéaire et non linéaire auprès des enfants.

Ce projet constitue une opportunité unique pour le Groupe M6 de compléter son offre audiovisuelle à destination des familles et de renforcer ses positions globales sur le marché français des médias, tant en publicité TV que sur le digital à travers la puissance de la marque Gulli en non-linéaire (replay et S-VOD).

Présent dans plus de 91 pays via des accords de distribution, le pôle offre en outre l'opportunité au Groupe M6 de poursuivre le développement de ses activités à l'international.

Après avoir obtenu les avis des instances représentatives du personnel des sociétés concernées, Lagardère et le Groupe M6 ont signé le 24 mai 2019 le contrat d'acquisition.

Le 25 juin 2019, l'Autorité de la concurrence a autorisé l'opération.

Le 17 juillet 2019, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donné son agrément à l'opération de rachat de la chaîne Gulli par le Groupe M6.

Ce projet porte sur l'acquisition de 100 % des titres des sociétés du pôle Télévision du Groupe Lagardère (hors Mezzo), qui comprend :

- La chaîne de TNT en clair Gulli leader sur les enfants, avec une part d'audience sur cible de 16,3 %⁽²⁾ en 2018 (1,7 % sur les 4 ans et plus) et une part de marché publicitaire de près de 40 % sur cette même cible en 2018 ;

(1) SNEP - Bilan 2018 du marché de la musique enregistrée, mars 2019

(2) Cible des 4-10 ans, données Médiamétrie

- Les deux chaînes payantes jeunesse Canal J (1^{ère} chaîne jeunesse créée en France, dédiée aux enfants de 6 à 12 ans) et Tiji (dédiée aux enfants de 3 à 6 ans) ;
- Les autres chaînes payantes de divertissement et musicales de Lagardère : Elle Girl TV, MCM, RFM TV et MCM Top ;
- Les plateformes de télévision de rattrapage des différentes chaînes cumulant plus de 300 millions de vidéos vues en 2018, dont Gulli Replay, 1^{ère} offre de rattrapage auprès des enfants, et Gulli Max, offre de S-VOD comprenant plus de 4 000 épisodes et films à destination des enfants ;
- Les activités de distribution à l'international, et notamment les chaînes Gulli Africa, Gulli Bil Arabi, Gulli Girl et Tiji Russia distribuées respectivement en Afrique francophone, au Moyen-Orient et dans l'espace russophone ;
- Les activités de régie publicitaire TV.

Le Groupe M6 vise un EBITA de 40 M€ pour ce pôle à horizon 2023.

Le prix de l'opération s'élèvera à 215 M€ (valeur d'entreprise), payable à la date de réalisation définitive.

Salto

En 2018, le Groupe avait annoncé un projet d'alliance avec les Groupes France Télévisions et TF1 afin de bâtir ensemble une plateforme OTT française : Salto.

Le 17 juin 2019, les Groupes M6, TF1 et France Télévisions ont notifié à l'Autorité de la concurrence ce projet de création d'une entreprise commune de plein exercice vouée à exploiter une plateforme de distribution des chaînes de la TNT en clair disponible sur les réseaux OTT, offrant des fonctionnalités innovantes et un service de vidéo à la demande par abonnement.

Cette demande est en cours d'instruction.

Procédures judiciaires et d'arbitrage

Concernant les principales procédures judiciaires et d'arbitrage mentionnées dans le document de référence 2018, les faits suivants sont à noter :

- Au 1^{er} semestre 2019, l'Autorité de la concurrence a décidé de ne pas poursuivre son instruction et a classé sans suite la notification de griefs du 7 janvier 2009 faite aux parties à l'opération de concentration CanalSat-TPS dans laquelle l'Autorité s'était déclarée compétente pour examiner les exclusivités relatives à la fibre optique et aux services de télévision de rattrapage conclues entre Canal + Distribution et le Groupe M6.
- Le 28 mai 2019, l'Autorité de la concurrence a prononcé un non-lieu à la suite de la saisine du Groupe Canal + visant des pratiques de TF1, France Télévisions et M6 portant sur les droits de priorité et de préemption des films d'expression originale française, considérant qu'au vu de l'ensemble des éléments de l'instruction, les accords signés entre les chaînes historiques en clair et les producteurs ne caractérisaient pas des pratiques anticoncurrentielles. Le Groupe Canal + a fait appel de cette décision.

- Le Groupe Canal + s'est désisté d'un recours formé devant le Conseil d'État contre la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 27 juillet 2017 portant reconduction de l'autorisation d'émettre de la chaîne M6.
- Par une décision en date du 12 septembre 2018, le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait mis en demeure la société Paris Première de respecter à l'avenir, sur le service qu'elle exploite, le dernier alinéa de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, relative à la liberté de communication, au regard du contenu de l'émission « *Zemmour et Naulleau* » diffusée le 20 janvier 2018. Le 20 février 2019, Paris Première a déposé devant le Conseil d'État un recours contre cette décision.

Gestion du spectre

Le 25 juillet 2018, le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait décidé d'instruire les reconductions des autorisations de W9 et Paris Première hors appel aux candidatures, dans les conditions prévues à l'article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Après avoir auditionné les représentants des deux chaînes, le Conseil a décidé le 29 mai 2019 de proroger leurs autorisations jusqu'au 28 février 2025.

Par ailleurs, en ce qui concerne la radio, par une décision en date du 25 juillet 2018, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a lancé un appel aux candidatures pour l'édition de services de radio multiplexés par voie hertzienne terrestre en mode numérique (DAB+).

Dans ce cadre, les radios du Groupe M6 avaient déposé des dossiers de candidature pour leurs trois services de radios afin que ceux-ci puissent disposer d'une couverture de diffusion de leurs programmes sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Le 6 mars 2019, le Conseil a décidé de sélectionner 24 services, parmi lesquels RTL, Fun Radio et RTL2.

Évolutions législatives et réglementaires

Plusieurs lois, décrets ou autres textes réglementaires publiés depuis le début de l'année 2019 sont susceptibles de modifier le cadre réglementaire dans lequel le Groupe exerce son activité :

- Le projet de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique a été adopté par le Parlement européen et par le Conseil de l'Union Européenne respectivement les 26 mars 2019 et 15 avril 2019. Le texte renforce les obligations des plateformes en ligne en matière de respect du droit d'auteur et instaure plusieurs obligations relatives à la rémunération des auteurs et artistes-interprètes.
- Le projet de réforme de la directive « Câble-satellite » a été adopté par le Parlement européen et par le Conseil de l'Union Européenne respectivement les 28 mars 2019 et 15 avril 2019. La nouvelle directive prévoit que le principe du pays d'origine soit appliqué au droit d'auteur pour les programmes d'information et pour les programmes entièrement financés et contrôlés par les radiodiffuseurs.

Le Groupe M6 suit en outre attentivement les réflexions menées par le Gouvernement sur la révision de la loi du 30 septembre 1986 et ses autres décrets d'application.

1.5 FACTEURS DE RISQUES ET LEUR GESTION

1.5.1 Risques et incertitudes concernant le semestre écoulé

Les principaux risques et incertitudes auxquels est soumis le Groupe sont détaillés dans le Document de Référence 2018 enregistré auprès de l'AMF en date du 6 mars 2019 et disponible sur le site www.amf-france.org ainsi que sur le site de la société www.groupeM6.fr.

Les facteurs de risques principaux identifiés par le Groupe et qui y sont décrits sont les suivants :

- Risques liés à l'activité :
 - Risques liés à la structure des marchés du Groupe ;
 - Sensibilité à la conjoncture économique ;
 - Adaptation de la structure de coûts et augmentation des prix.
- Risques de marché :
 - Risques de change ;
 - Risques de taux ;
 - Risques sur action.
- Risque de crédit et de contrepartie
 - Risque de défaillance d'un client ;
 - Risque de défaillance d'un fournisseur ;
 - Risque sur les contreparties bancaires.
- Risque de liquidité.
- Risques juridiques :
 - Risques liés à la réglementation ;
 - Risques en matière de propriété intellectuelle, droits de la presse et de la personnalité ;

- Risques liés au non-respect d'engagements contractuels ;
- Risques liés aux litiges ;
- Procédures judiciaires et d'arbitrage.
- Risques opérationnels majeurs :
 - Risques de diffusion et de transport du signal des chaînes TV du Groupe ;
 - Risques liés à la production, à la diffusion et au transport du signal des radios du Groupe ;
 - Risques liés à la défaillance du contrôle interne, fraude, système d'information, concentration des achats.

Les risques financiers résultant des affaires en cours ont été estimés prudemment et provisionnés si nécessaire dans les comptes du Groupe.

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu au 1^{er} semestre 2019, 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.

Enfin aucun événement survenu depuis le 1^{er} janvier 2019, hors éléments déjà mentionnés dans la partie 1. Activités et marchés du Groupe, ne modifie la description des principaux risques et incertitudes telle qu'effectuée dans le Document de Référence 2018.

1.5.2 Risques et incertitudes concernant le second semestre

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité, dont les principes généraux sont détaillés en note 5 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels condensés.

Le Groupe souhaite donc rappeler que, compte tenu de la saisonnalité traditionnelle de ses activités et des incertitudes liées au contexte économique actuel, le niveau de résultat opérationnel courant au 30 juin 2019 ne peut servir de base

d'extrapolation pour ce même indicateur sur l'ensemble de l'exercice.

Par ailleurs et concernant le 2nd semestre 2019, le Groupe M6 ne percevra plus de rémunération au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque M6 mobile by Orange (9 M€ au 2nd semestre 2018).

1.6 EFFECTIFS

1.6.1 Répartition de l'effectif permanent du Groupe M6 par type de contrat

	30 juin 2018 *	31 décembre 2018	30 juin 2019
CDI	2 042	1 966	1 923
CDD	271	257	271
TOTAL PERMANENTS	2 313	2 223	2 194

* Hors effectifs du Club des Girondins de Bordeaux.

Au 30 juin 2019, l'effectif total du Groupe M6 s'élève à 2 194 collaborateurs permanents, contre 2 223 au 30 juin 2018, dont 1 923 CDI contre 2 042 à fin juin, la baisse étant principalement liée à la cession de monAlbumPhoto en juillet 2018.

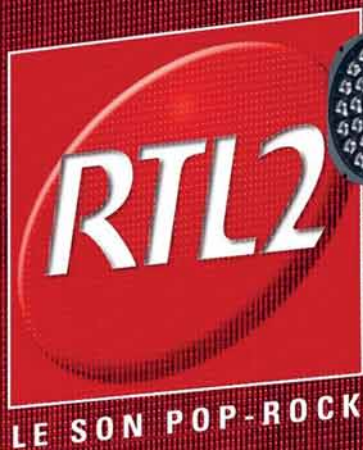
1.6.2 Répartition des effectifs permanents par pôle

	30 juin 2018 *	31 décembre 2018	30 juin 2019
Pôle TV	1 123	1 137	1 135
Pôle Radio	453	434	431
Pôle Production & Droits audiovisuels	182	183	179
Pôle Diversifications	555	469	449
TOTAL	2 313	2 223	2 194

* Hors effectifs du Club des Girondins de Bordeaux.

Sur un an :

- La hausse des effectifs du pôle TV est due à l'intégration des salariés des filiales acquises Ctzar et Sociaddict (+ 22 permanents), partiellement compensée par des départs non remplacés.
- La baisse du nombre de permanents dans le pôle Radio s'explique principalement par les mutualisations de postes dans les fonctions support qui ont pour conséquence des départs non remplacés.
- La diminution sur le Pôle Diversifications (- 106 CDI/CDD) s'explique notamment par :
 - la sortie des effectifs de monAlbumPhoto (- 83 permanents),
 - la baisse de l'activité économique constatée chez HSS qui a entraîné une optimisation et une externalisation de certains postes (- 39 permanents),
 - compensées partiellement par l'intégration des salariés des sociétés Altima et Joikka (+ 12 permanents).



2

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE



2.1 CONSEIL DE SURVEILLANCE

La dernière Assemblée Générale des actionnaires s'est prononcée sur :

- la ratification de la nomination provisoire de :
 - Jennifer Mullin, CEO de FremantleMedia ;
 - Juliette Valains, VP Global Operations Management Digital & Diversification de RTL Group ;
- le renouvellement de Juliette Valains.

À la suite de la démission de Bert Habets en date du 20 avril 2019, et à la date d'établissement du présent document, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision est composé de neuf membres, dont un administrateur représentant les salariés.

Les membres du Conseil de Surveillance sont les suivants :

- Elmar Heggen, Président,

- Sophie de Bourgues, membre représentant les salariés,
- Marie Cheval, membre indépendant,
- Nicolas Houzé, membre indépendant.
- Mouna Sepehri, membre indépendant,
- Philippe Delusinne,
- Vincent de Dorlodot,
- Jennifer Mullin,
- Juliette Valains.

Avec 38 % de membres indépendants et 50 % de femmes⁽¹⁾, le Groupe améliore sa gouvernance tant au regard du Code AFEF-MEDEF que des dispositions relatives à la « représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des conseils d'administration et de surveillance et à l'égalité professionnelle » prévues par l'article L.225-69-1 du Code de commerce.

2.1.1 Comité des rémunérations et des nominations

À la date d'établissement du présent document, les membres du Comité des Rémunérations et des Nominations sont les suivants :

- Marie Cheval, Présidente du Comité,
- Sophie de Bourgues,
- Elmar Heggen,
- Nicolas Houzé.

2.1.2 Comité d'audit

À la date d'établissement du présent document, les membres du Comité d'Audit sont les suivants :

- Nicolas Houzé, Président du Comité,
- Elmar Heggen,
- Mouna Sepehri.

2.2 DIRECTOIRE

À la suite de la démission de Christopher Baldelli le 1^{er} juillet 2019, le Directoire du Groupe M6 est composé de 4 membres :

- Nicolas de Tavernost, Président,
- Thomas Valentin, Vice-Président en charge des Antennes et des Contenus,
- Jérôme Lefébure, Membre en charge de la Finance et des métiers de Support,
- David Larramendy, Membre en charge des activités commerciales.

Par ailleurs, dans le cadre des travaux du Conseil de Surveillance relatifs à la succession du Directoire, dont le mandat actuel court jusqu'au 21 février 2020, l'Assemblée Générale a décidé de porter l'âge limite à 72 ans afin de donner au Groupe la plus grande souplesse dans la mise en œuvre des différents scénarios envisagés pour l'évolution du collège du Directoire et de sa présidence.

(1) Le membre du Conseil représentant les salariés n'est pas comptabilisé dans le calcul de ces deux proportions

RTL

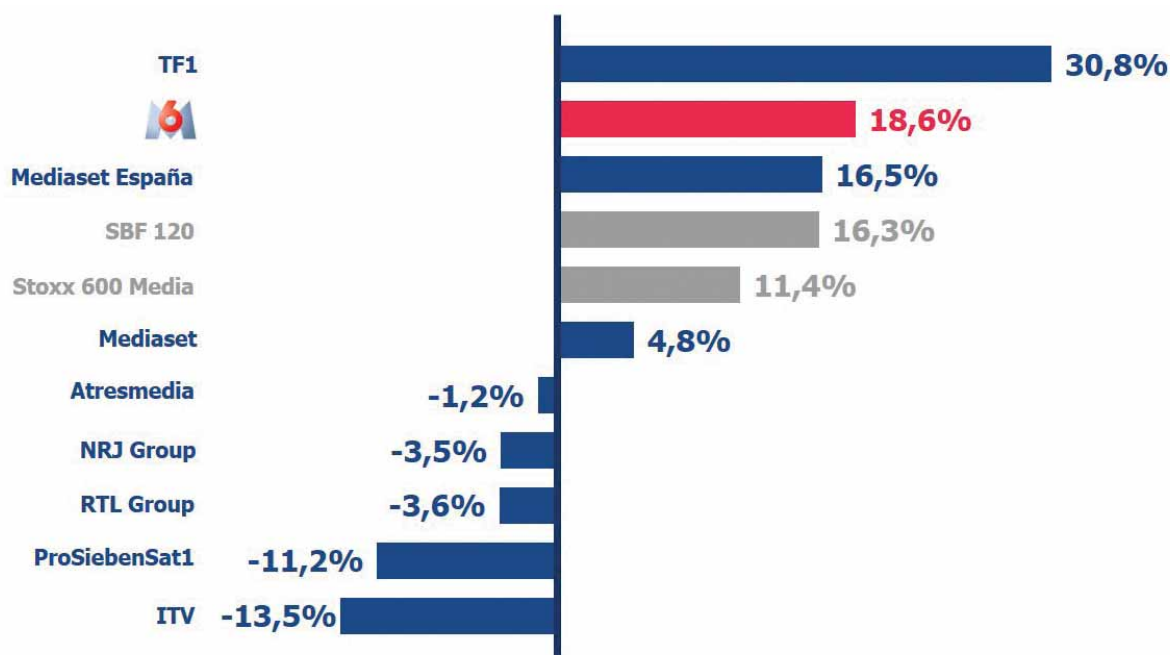
3

CAPITAL
ET COURS
DE BOURSE

Présentation du titre M6

Marché réglementé	Euronext - compartiment A (sociétés dont la capitalisation boursière moyenne est supérieure à 1 milliard d'euros)
Indices	CAC Mid 60, SBF 120, CAC Mid & Small, CAC All-Tradable, CAC All-Share, CAC Media, CAC Consumer Service
Code ISIN	Éligibilité au SRD
MNEMO	FR0000053225
	MMT
Cours de l'action M6 à l'ouverture le 2 janvier 2019	14,10 €
Cours de l'action M6 à la clôture le 28 juin 2019	16,65 €
Plus bas en clôture du 1 ^{er} semestre 2019	13,07 € le 17 janvier
Plus haut en clôture du 1 ^{er} semestre 2019	18,15 € le 2 mai
Performance de l'action M6 au 1 ^{er} semestre 2019	+ 18,6 % ⁽¹⁾
Performance du SBF 120 au 1 ^{er} semestre 2019	+ 16,3 % ⁽¹⁾
Performance du Stoxx Europe 600 Media ⁽²⁾ au 1 ^{er} semestre 2019	+ 11,4 % ⁽¹⁾
Capitalisation boursière de M6 au 30 juin 2019	2 104,8 millions d'euros
Échanges moyens quotidiens sur Euronext - action M6	102 612 titres au 1 ^{er} semestre 2019

Évolution boursière comparée du titre M6, des actions de ses pairs européens et des indices SBF 120 et Stoxx 600 Media entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2019 :



Au 1^{er} semestre 2019, les marchés financiers se sont redressés, après un 2nd semestre 2018 pénalisé par le retour de l'aversion aux actions. Dans un environnement économique mondial qui montre des signes de ralentissement, caractéristiques pour certains d'une fin de cycle économique, ils ont bénéficié des espoirs :

- d'accord commercial entre les États-Unis et la Chine ;
- de retournement de la politique monétaire de la Réserve fédérale américaine, engagée jusqu'alors dans un processus de remontée de ses taux d'intérêt directeurs ;

- de poursuite de la politique monétaire accommodante de la Banque centrale européenne.

Dans ces conditions de marché favorables, l'action M6, comme l'action TF1, a profité des perspectives positives du marché publicitaire TV français, seul marché européen attendu en croissance sur l'ensemble de l'année 2019 par la communauté financière. Si Mediaset España a bénéficié du ton offensif adopté par Mediaset en faveur de la consolidation paneuropéenne, les autres valeurs ont subi la tendance molle de leurs marchés publicitaires TV domestiques.

(1) Évolution calculée sur la base du dernier cours coté de l'année 2018 et du dernier cours coté du premier semestre 2019
(2) Indice de référence des valeurs media européennes

téva

4

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL



4.1 ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

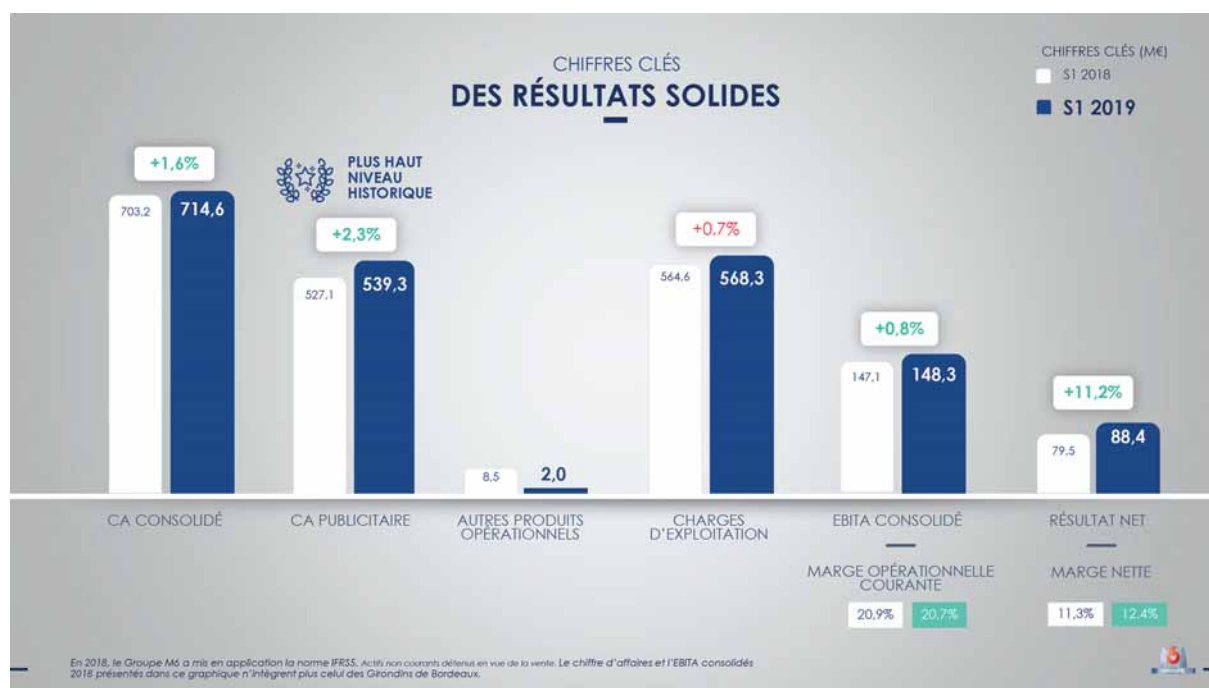
4.1.1 Présentation synthétique⁽¹⁾

En M€	30 juin 2019	30 juin 2018 Retraité ⁽²⁾	Variation 2019 / 2018 (M€)
CHIFFRE D'AFFAIRES	714,6	703,2	11,4
Revenus publicitaires Groupe	539,3	527,1	12,2
- dont revenus publicitaires chaînes en clair	420,5	417,7	2,8
- dont autres revenus publicitaires	118,8	109,4	9,4
Revenus non publicitaires Groupe	175,3	176,1	(0,8)
Autres produits opérationnels	2,0	8,5	(6,5)
TOTAL DES PRODUITS OPÉRATIONNELS	716,5	711,7	4,8
Consommations et autres charges opérationnelles	(338,6)	(348,7)	10,1
Charges de personnel (yc participation)	(138,4)	(140,7)	2,2
Impôts, taxes, versements assimilés	(35,5)	(29,0)	(6,5)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(55,8)	(46,3)	(9,5)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT [EBITA]⁽³⁾	148,3	147,1	1,2
Plus-value sur cessions de participations	0,4	-	0,4
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(6,5)	(1,4)	(5,1)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL [EBIT]	142,2	145,7	(3,5)
RÉSULTAT FINANCIER	(2,8)	(1,0)	(1,7)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	3,1	(1,7)	4,8
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	142,5	143,0	(0,5)
Impôt sur le résultat	(53,8)	(51,6)	(2,2)
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	88,7	91,4	(2,6)
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées	(0,3)	(11,9)	11,5
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	88,4	79,5	8,9
Attribuable au Groupe	88,4	79,5	8,9
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	-	-	-

(1) L'information présentée vise à faire ressortir la répartition du chiffre d'affaires consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent le chiffre d'affaires des chaînes de télévision en clair M6, W9 et 6ter et de la plateforme 6play, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, le chiffre d'affaires publicitaire des radios RTL, RTL2 et Fun et la part publicitaire du chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

(2) En raison de l'application de la norme IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées à la suite de la cession du FCGB le 6 novembre 2018, le chiffre d'affaires et l'EBITA 2018 du groupe n'intègrent plus les données du FCGB.

(3) L'EBITA est également qualifié de résultat opérationnel courant et se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.



À l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2019, le Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé de 714,6 M€, en hausse de +1,6 % sur un an :

- Les recettes publicitaires sont en croissance de +2,3 %, à laquelle contribue chaque média du groupe : TV linéaire et non-linéaire, Radio et Internet.
- Retraité de l'effet périmètre lié à la déconsolidation de monAlbumPhoto (cédé en juillet 2018), le chiffre d'affaires non-publicitaire s'inscrit en progression de +10,4 M€ et reflète les bonnes performances de l'activité cinéma.

En hausse de +1,2 M€, le résultat opérationnel courant (EBITA) atteint 148,3 M€, soit une marge opérationnelle de 20,7 %, qui s'accroît de près de +3 points par rapport à celle publiée au 1^{er} semestre 2018. Cette performance illustre les

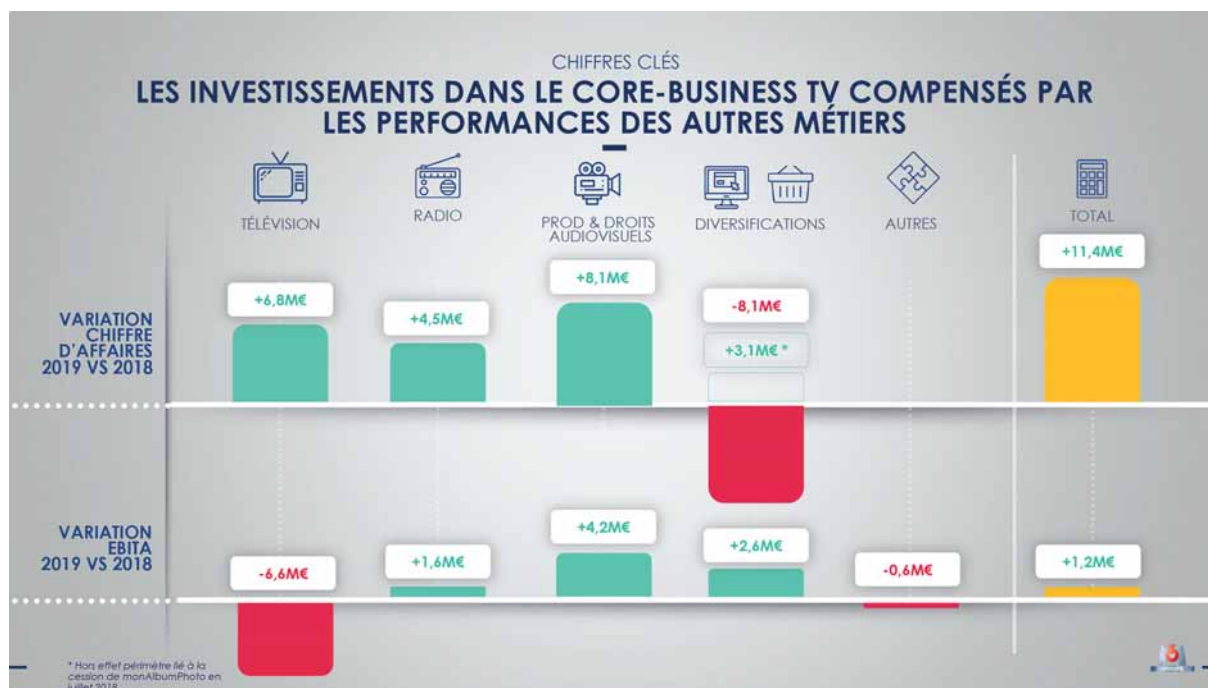
effets de la stratégie de recentrage du Groupe sur son cœur de métier.

Les charges opérationnelles liées aux regroupements d'entreprise augmentent de 5,1 M€. Le Groupe a, en effet, comptabilisé une charge de 5,3 M€, correspondant à l'apurement des créances de fonds de soutien enregistrées à l'actif du bilan au moment de l'acquisition des sociétés de catalogue Mandarin Cinéma et Fidélité Films, en contrepartie des encaissements des subventions du CNC sur le semestre.

Le résultat net part du Groupe de la période se monte à 88,4 M€, en forte hausse de +11,1% sur un an. La marge nette s'élève ainsi à 12,4 %. Pour rappel, le résultat net part du groupe du 1^{er} semestre 2018 incluait les pertes du FC Girondins de Bordeaux (nettes d'impôt), à hauteur de -11,9 M€.

Par segment, les évolutions sont les suivantes :

En M€	1 ^{er} Trimestre			2 ^{ème} Trimestre			1 ^{er} Semestre		
	2019	2018	%	2019	2018	%	2019	2018	%
TV	238,6	235,3	+1,4 %	250,9	247,3	+1,4 %	489,5	482,7	+1,4 %
Radio	35,5	34,8	+1,7 %	46,8	42,9	+9,1 %	82,3	77,8	+5,8 %
Production & Droits audiovisuels	19,7	17,7	+11,3 %	20,4	14,2	+43,2 %	40,1	31,9	+25,5 %
Diversifications	51,9	57,7	-10,1 %	50,7	53,0	-4,4 %	102,5	110,7	-7,3 %
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,1	0,1	n.a	0,2	0,2	n.a
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	345,7	345,6	+0,0 %	368,8	357,6	+3,2 %	714,6	703,2	+1,6 %
TV							113,5	120,1	-5,5 %
Radio							12,0	10,4	+15,0 %
Production & Droits audiovisuels							11,4	7,1	+59,2 %
Diversifications							15,9	13,4	+19,2 %
Résultats non affectés							- 4,5	- 3,9	n.a
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT CONSOLIDÉ (EBITA)							148,3	147,1	+0,8 %



4.1.2 Télévision

En M€	30/06/2019			30/06/2018			Variation 2019/2018		
	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)
TV	493,3	489,5	113,5	491,0	482,7	120,1	2,3	6,8	(6,6)

Les chaînes en clair du Groupe M6 réalisent sur le 1^{er} semestre 2019 une part d'audience moyenne stable de 21,1% sur les femmes responsables des achats de moins de 50 ans (cf partie 1.3.1 *Télévision - Performance d'audience des chaînes du Groupe*).

Le coût de grille des chaînes en clair atteint 227,5 M€, contre 224,5 M€ au 1^{er} semestre 2018. Le Groupe est désormais diffuseur officiel des équipes de France féminine et masculine de football.

Dans un marché publicitaire irrégulier, pouvant alterner mois de croissance soutenue et mois de recul marqué, les chaînes en clair du Groupe M6 enregistrent une croissance de + 0,7 % de leurs recettes publicitaires.

En outre, les revenus publicitaires de 6play continuent de progresser, portés par sa capacité de ciblage publicitaire et l'attractivité de son offre de programmes à la demande. La plateforme affiche ainsi une audience en forte croissance, avec 639 millions de vidéos vues *long-form* au 1^{er} semestre 2019, en progression de +12 % sur un an. (cf partie 1.3.1 *Télévision - Performance d'audience des chaînes du Groupe*).

Analysé sous l'angle de la marge brute de la grille des chaînes en clair du Groupe, le résultat opérationnel courant de l'activité Télévision s'analyse de la façon suivante :

En M€	30/06/2019	30/06/2018	Variation 2019/2018	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité TV en clair hors-Groupe	420,5	417,7	2,8	0,7 %
Chiffre d'affaires - Publicité TV en clair Groupe	1,9	1,7	0,2	11,4 %
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(92,5)	(92,0)	(0,5)	0,5 %
Recettes nettes diffuseurs⁽¹⁾	329,9	327,4	2,5	0,8 %
Coût de la grille ⁽²⁾	(227,5)	(224,5)	(3,0)	1,3 %
MARGE BRUTE DE LA GRILLE⁽³⁾	102,4	102,9	(0,5)	- 0,5 %
En %	31,0 %	31,4 %		

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 113,5 M€ à l'EBITA consolidé, contre 120,1 M€ au 30 juin 2018. Alors que le coût de grille augmente de +3,0 M€, cette baisse reflète surtout la stratégie offensive du Groupe dont les investissements

dans la data et la technologie de sa plateforme 6play augmentent significativement. La marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe se maintient toutefois à un niveau élevé, à 23,2 %.

4.1.3 Radio

En M€	30/06/2019			30/06/2018			Variation 2019/2018		
	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)
RADIO	83,7	82,3	12,0	78,5	77,8	10,4	5,2	4,5	1,6

Sur le 1^{er} semestre 2019, le pôle RTL Radio conforte son statut de 1^{er} groupe radio privé de France avec une part d'audience de 18,6 % sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus, soit une avance de +4,4 points sur son premier challenger privé (cf 1.3.2 *Radio - Performance d'audience des stations du Groupe*).

Sur les six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 82,3 M€, en progression de +5,8 %, portée par la dynamique d'audience de chacune des 3 stations.

L'EBITA atteint 12,0 M€, contre 10,4 M€ au 1^{er} semestre 2018 (+15,0 %), reflétant la poursuite de la mise en œuvre des synergies.

4.1.4 Production et droits audiovisuels

En M€	30/06/2019			30/06/2018			Variation 2019/2018		
	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)
PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS	80,3	40,1	11,4	79,2	31,9	7,1	1,1	8,1	4,2

Au 1^{er} semestre 2019, le chiffre d'affaires de l'activité Production et Droits audiovisuels s'élève à 40,1 M€, en hausse de +8,1 M€ sur un an, en raison essentiellement d'un calendrier de sorties cinéma plus favorable et de la poursuite du succès d'*Astérix – Le Secret de la Potion Magique*. Les films distribués par SND ont en effet cumulé 4,7 millions d'entrées en France, contre 2,9 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2018. (cf 1.3.3 *Production et droits audiovisuels - Performance du Groupe*).

L'EBITA s'établit à 11,4 M€, contre 7,1 M€ au 1^{er} semestre 2018. Cette hausse s'explique essentiellement par le succès des films distribués, dont les budgets sont inférieurs à ceux du line-up de l'année dernière (6 films sortis vs. 9 au S1 2018), pour un nombre d'entrées supérieur (cf 1.3.3 *Production et droits audiovisuels - Performance du Groupe*).

(1) Les recettes nettes diffuseurs comprennent le chiffre d'affaires publicitaire réalisé par les chaînes M6, W9 et 6ter, diminué du coût net des prestations de la régie M6 Publicité (quote-part des chaînes en clair), des prélèvements obligatoires proportionnels au chiffre d'affaires et du coût de diffusion.

(2) Le coût de la grille correspond au coût des programmes diffusés sur les chaînes M6, W9 et 6ter (ces programmes peuvent être soit achetés, soit produits ou coproduits). Ces coûts comprennent les charges relatives aux droits de diffusion invalides ou improbables.

(3) La marge brute de la grille correspond à la différence entre les recettes nettes diffuseurs et le coût de la grille.

4.1.5 Diversifications

En M€	30/06/2019			30/06/2018			Variation 2019/2018		
	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total (social)	Chiffre d'affaires hors Groupe (consolidé)	Résultat opérationnel courant (EBITA)
DIVERSIFICATIONS	102,9	102,5	15,9	111,6	110,7	13,4	(8,7)	(8,1)	2,6

Au 1^{er} semestre 2019, le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 102,5 M€ (- 8,1 M€). Hors effet de base négatif lié à la déconsolidation de monAlbumPhoto (- 11,3 M€), cédée en juillet 2018, il s'inscrit en hausse de + 3,1 M€.

- Parmi les activités de Ventadis, la baisse du chiffre d'affaires du téléachat en France est en partie compensée par l'entrée en périmètre de HSS Belgique (téléachat), désormais détenu à 100 %, et l'amélioration de l'activité de Best of TV.

- M6 Digital Services voit ses recettes augmenter, essentiellement grâce au dynamisme de l'activité de cashback, portée par iGraal. Au sein d'un marché publicitaire du display très concurrentiel, l'activité publicitaire des portails progresse également.

L'EBITA des Diversifications se monte à 15,9 M€, en progression de + 2,6 M€ grâce notamment à la hausse de la contribution de M6 Digital Services.

4.2 ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉE

En M€	30/06/2019	31/12/2018	Variation 2019 / 2018 (M€)
Goodwill	193,6	193,6	-
Actif non courant	383,3	363,0	20,2
Actif courant	825,1	820,0	5,0
Trésorerie	76,8	132,8	(56,1)
TOTAL ACTIF	1 478,7	1 509,5	(30,8)
Capitaux propres part du groupe	680,8	716,6	(35,8)
Intérêts non-contrôlants	0,1	0,1	(0,0)
Passif non courant	166,3	125,9	40,4
Passif courant	631,5	666,9	(35,3)
TOTAL PASSIF	1 478,7	1 509,5	(30,8)

Au 30 juin 2019, le total bilan s'établit à 1 478,7 M€ en diminution de - 30,8 M€ (- 2,0 %) par rapport au 31 décembre 2018.

Les actifs non courants (y compris les goodwill) s'élèvent à 576,9 M€, contre 556,6 M€ au 31 décembre 2018.

Cette hausse de + 20,2 M€ reflète principalement :

- l'augmentation des droits d'utilisation des actifs loués au titre de la première application de la norme IFRS 16 – *Contrats de location* (+ 45,6 M€) ;
- la diminution des droits audiovisuels et autres immobilisations incorporelles (- 10,9 M€) ;
- la baisse des actifs financiers (- 10,5 M€).

Hors trésorerie et équivalents de trésorerie, les actifs courants s'établissent à 825,1 M€ en légère progression (+ 5,0 M€ soit + 0,6 %) par rapport au 31 décembre 2018.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 76,8 M€, en recul de - 56,1 M€ par rapport au 31 décembre 2018.

Au passif du bilan, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 680,8 M€.

Leur variation par rapport à la clôture 2018 (- 35,8 M€) s'explique principalement par :

- la distribution de dividendes pour - 125,8 M€ ;
- le résultat net part du Groupe du 1^{er} semestre 2019 pour + 88,4 M€.

Les autres éléments composant le passif (passifs courants et non courants) s'établissent à 797,8 M€, contre 792,7 M€ au 31 décembre 2018.

Cette légère progression reflète à la fois :

- l'accroissement des dettes locatives non courantes et courantes au titre de la première application de la norme IFRS 16 – *Contrats de location* (+ 50,6 M€) ;
- la baisse des autres passifs financiers notamment au titre de l'acquisition des 49 % restant d'iGraal (- 15,5 M€) ;
- la baisse des dettes fournisseurs et des dettes fiscales et sociales (- 30,2 M€).

4.3 TABLEAU DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

En M€	30/06/2018		Variation (M€)
	30/06/2019	Retraité	
Capacité d'autofinancement d'exploitation	204,9	184,7	20,2
Variation de BFR d'exploitation	(45,1)	(68,2)	23,1
Impôt	(42,4)	(10,6)	(31,8)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	117,4	105,9	11,4
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(43,3)	(58,1)	14,8
<i>Éléments récurrents</i>	<i>(42,8)</i>	<i>(54,5)</i>	<i>11,7</i>
<i>Éléments non récurrents</i>	<i>(0,5)</i>	<i>(3,6)</i>	<i>3,1</i>
Flux de trésorerie des activités de financement	(130,2)	(67,7)	(62,5)
<i>Distribution de dividendes</i>	<i>(125,8)</i>	<i>(119,6)</i>	<i>(6,1)</i>
<i>Opérations en capital</i>	<i>0,0</i>	<i>(0,9)</i>	<i>0,9</i>
<i>Tirages des lignes de crédits</i>	<i>-</i>	<i>61,0</i>	<i>(61,0)</i>
<i>Remboursement des dettes locatives</i>	<i>(3,9)</i>	<i>-</i>	<i>(3,9)</i>
<i>Autres</i>	<i>(0,5)</i>	<i>(8,2)</i>	<i>7,7</i>
Flux de trésorerie liés aux actifs et activités cédés	-	(13,8)	13,8
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,0	0,0	(0,0)
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	(56,1)	(33,7)	
Reclassement de la trésorerie des activités cédées		(0,2)	0,2
Trésorerie à l'ouverture	132,8	54,3	78,5
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	76,8	20,4	56,3
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>39,4</i>	<i>(115,4)</i>	<i>154,8</i>

Les flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles s'élèvent à +117,4 M€ au 30 juin 2019, à un niveau supérieur au 30 juin 2018 où ces flux s'établissaient à +105,9 M€.

Cette hausse de +11,4 M€ reflète les évolutions suivantes :

- la progression de la capacité d'autofinancement avant impôt dégagée par le Groupe (+20,2 M€) ;
- la variation du besoin en fonds de roulement (« BFR »), hors créance et dette d'impôt, se traduit par un emploi de la trésorerie pour -45,1 M€, contre -68,2 M€ au 1^{er} semestre 2018 ;
- un impôt décaissé très nettement supérieur (-31,8 M€) qui ne tient compte d'aucun élément exceptionnel sur le semestre tel que le remboursement de la taxe sur les dividendes perçu au cours du 1^{er} semestre 2018.

Au 1^{er} semestre 2019, les flux de trésorerie affectés aux investissements ont consommé pour 43,3 M€ de trésorerie alors qu'ils en avaient consommé pour 58,1 M€ au 1^{er} semestre 2018.

Cette diminution des investissements reflète essentiellement la baisse des investissements récurrents liée notamment à

l'absence d'investissements sur M6 Studio (+9,3 M€) et sur les installations de la Radio à Neuilly-sur-Seine (+6,0 M€), toutefois compensée par la hausse des acquisitions de droits par SNDA (-10,0 M€).

Les flux de trésorerie résultant des opérations de financement sont en recul de -62,5 M€ et constituent un emploi à hauteur de -130,2 M€. Cette position reflète l'absence de tirages des lignes de crédits sur ce semestre.

Le semestre se traduit donc par une baisse de la trésorerie de -56,1 M€ par rapport au 31 décembre du précédent exercice, contre une baisse de trésorerie de -33,7 M€ observée sur le 1^{er} semestre 2018.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'établissent ainsi à +76,8 M€ au 30 juin 2019 contre +20,4 M€ au 30 juin 2018 (retraité de la trésorerie du pôle Girondins).

Le Groupe affiche une trésorerie nette de 39,4 M€ au 30 juin 2019 qui ne tient pas compte des dettes locatives issues de l'application de la norme IFRS 16 - *Contrat de location*, et qui s'élèvent à 50,6 M€ au 30 juin 2019.

4.4 PARTIES LIÉES

Les informations concernant les transactions réalisées avec les parties liées sont détaillées en note 24 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels résumés.

4.5 ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

Les informations concernant les événements post-clôture sont détaillées en note 25 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels résumés.

5

COMPTES ET ANNEXES

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2019 34

1. État de la situation financière consolidée 34
2. État du résultat global consolidé 36
3. Tableau de flux de trésorerie consolidés 38
4. État de variation des capitaux propres consolidés 39

5.2 NOTES ANNEXES AUX COMPTES CONSOLIDÉS CONDENSÉS 40

1. Faits marquants du semestre 40
2. Informations sur l'entreprise 40
3. Préparation et présentation des états financiers consolidés 40
4. Changements de méthode 41
5. Saisonnalité 42
6. Regroupements d'entreprises / Évolution du périmètre de consolidation 43
7. Informations sectorielles 43
8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles 45

9. Rémunérations en actions 45
10. Résultat financier 46
11. Impôt sur le résultat 47
12. Activité cédée 48
13. Résultat par action 49
14. Dividendes 49
15. Immobilisations incorporelles 49
16. Goodwill 50
17. Immobilisations corporelles 51
18. Stocks 52
19. Participations dans les coentreprises et entreprises associées 52
20. Instruments financiers 53
21. Actions composant le capital de Métropole Télévision 57
22. Provisions 57
23. Engagements hors bilan et actifs / passifs éventuels 59
24. Parties liées 60
25. Événements post clôture 60

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2019

1. État de la situation financière consolidée

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2019	31/12/2018
Goodwill	16	193,6	193,6
Droits audiovisuels	15	48,6	56,9
Autres immobilisations incorporelles	15	132,5	135,1
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		374,7	385,6
Terrains	17	19,1	19,1
Constructions	17	59,4	61,1
Droits d'utilisation des actifs loués	17	45,6	-
Autres immobilisations corporelles	17	37,0	39,2
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		161,0	119,4
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	20.1	6,0	6,2
Autres actifs financiers non courants	20.1	7,9	18,5
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	19	11,1	10,8
ACTIFS FINANCIERS		25,0	35,5
Actifs d'impôts différés	11	16,2	16,2
ACTIF NON COURANT		576,9	556,7
Stocks de droits de diffusion	18	262,6	260,9
Autres stocks	18	10,6	8,6
Créances clients nettes	20.1	332,5	320,5
Impôts courants		1,1	6,6
Instruments financiers dérivés	20.1	0,1	0,2
Autres actifs financiers courants	20.1	8,4	13,7
Autres actifs courants	20.1	209,7	209,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	20.1	76,8	132,8
ACTIF COURANT		901,8	952,8
TOTAL ACTIF		1 478,7	1 509,5

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2019	31/12/2018
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(11,9)	(12,0)
Réserves consolidées ⁽¹⁾		553,7	496,3
Autres réserves		(7,6)	(7,7)
Résultat part du Groupe		88,4	181,8
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		680,8	716,6
Intérêts non-contrôlants		0,1	0,1
CAPITAUX PROPRES	21	680,9	716,7
Provisions	22	40,3	37,9
Dettes financières	20.2	51,6	51,5
Dettes locatives	20.2	42,9	-
Autres passifs financiers	20.2	20,6	25,4
Autres dettes	20.2	0,7	0,8
Passifs d'impôts différés		10,3	10,2
PASSIF NON COURANT		166,3	125,9
Provisions	22	45,0	54,1
Dettes financières	20.2	0,7	0,4
Dettes locatives	20.2	7,7	-
Autres passifs financiers	20.2	16,5	29,8
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	20.2	401,2	414,9
Autres dettes d'exploitation	20.2	22,9	15,5
Impôts courants		10,5	5,2
Dettes fiscales et sociales	20.2	106,1	122,6
Dettes sur immobilisations	20.2	20,9	24,3
PASSIF COURANT		631,5	666,9
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 478,7	1 509,5

⁽¹⁾ Les capitaux propres d'ouverture ont été retraités des impacts des dispositions de la norme IFRS 16 - Contrats de location, appliquées par le Groupe au 1^{er} janvier 2019 sans ajustement sur les comparatifs (cf. note 4 - Changements de méthode).

2. État du résultat global consolidé

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2019	30/06/2018	30/06/2018
		6 mois	Retraité ⁽²⁾ 6 mois	Publié 6 mois
Chiffre d'affaires	7	714,6	703,2	738,0
Autres produits opérationnels	8.1	2,0	8,5	8,4
Total des produits opérationnels		716,5	711,7	746,5
Consommations et autres charges opérationnelles	8.2	(338,6)	(348,7)	(359,3)
Charges de personnel (yc participation)		(138,4)	(140,7)	(174,6)
Impôts, taxes et versements assimilés		(35,5)	(29,0)	(29,2)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	8.3	(58,7)	(46,8)	(54,5)
Dotations aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	8.3	(3,6)	-	-
Perte de valeur des actifs non amortissables	8.3	-	(0,9)	(0,9)
Total des charges opérationnelles		(574,8)	(566,0)	(618,5)
Plus-value sur cessions de participations		0,4	-	-
Résultat opérationnel		142,2	145,7	128,0
Produits de la trésorerie		0,1	0,3	0,1
Coût de l'endettement		(0,5)	(0,5)	(0,4)
Charges d'intérêt sur dettes locatives		(0,5)	-	-
Autres éléments financiers		(2,0)	(0,8)	(0,9)
Résultat financier	10	(2,8)	(1,0)	(1,2)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	19	3,1	(1,7)	(1,7)
Résultat courant avant impôt		142,5	143,0	125,1
Impôt sur le résultat	11	(53,8)	(51,6)	(45,6)
Résultat net des activités poursuivies		88,7	91,4	79,5
Profit ou perte après impôt des activités cédées		(0,3)	(11,9)	-
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE		88,4	79,5	79,5
attribuable au Groupe	13	88,4	79,5	79,5
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)	(0,0)
Résultat part du Groupe par action (en euros)	13	0,703	0,631	0,631
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	13	0,706	0,726	0,631
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	13	0,699	0,626	0,626
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	13	0,702	0,720	0,626

⁽²⁾ Le compte de résultat publié au 30 juin 2018 a été retraité pour présenter le pôle Girondins comme une activité cédée, conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées (cf. note 12 - Activité cédée).

RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2019 6 mois	30/06/2018 Retraité ⁽²⁾ 6 mois	30/06/2018 Publié 6 mois
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ		88,4	79,5	79,5
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>				
Variation de la valeur des instruments dérivés		0,1	0,3	0,3
Variation des écarts de conversion		0,0	0,0	0,0
Impôts sur les éléments recyclables		(0,0)	(0,2)	(0,2)
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>				
Pertes et gains actuariels		(2,4)	-	-
Impôts sur les éléments non recyclables		0,6	-	-
Autres éléments du résultat global		(1,7)	0,1	0,1
RÉSULTAT GLOBAL DE LA PÉRIODE		86,7	79,6	79,6
attribuable au Groupe		86,7	79,6	79,6
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)	(0,0)

⁽²⁾ Le compte de résultat publié au 30 juin 2018 a été retraité pour présenter le pôle Girondins comme une activité cédée, conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées (cf. note 12 - Activité cédée).

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2019	30/06/2018 Retraité ⁽²⁾	30/06/2018 Publié
Résultat opérationnel des activités poursuivies		142,2	145,7	128,0
Amortissements et provisions hors actifs circulants		55,8	34,6	42,0
Amortissements et dépréciations des droits d'utilisation des actifs loués		3,6	-	-
Plus-values et moins-values de cession		(0,4)	(0,7)	(0,7)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		3,9	5,1	5,1
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		205,1	184,7	174,5
Produits perçus de la trésorerie		0,2	0,4	0,2
Intérêts payés		(0,2)	(0,5)	(0,5)
Intérêts des dettes locatives		(0,2)	-	-
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPÔT		204,9	184,7	174,2
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	18	(3,7)	(18,7)	(18,1)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	20	(17,9)	(33,5)	(27,2)
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	20	(23,5)	(16,0)	(19,6)
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT		(45,1)	(68,2)	(64,9)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(42,4)	(10,6)	(10,7)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		117,4	105,9	98,7
Opérations d'investissement				
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	15	(41,0)	(43,6)	(49,9)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	17	(3,1)	(11,5)	(12,8)
Acquisitions d'immobilisations financières	20	(0,0)	(0,0)	-
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales et d'activités		(18,0)	(4,6)	(4,6)
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		17,5	0,0	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	15/17	0,0	1,1	2,6
Dividendes reçus		1,4	0,5	0,5
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT		(43,3)	(58,1)	(64,2)
Opérations de financement				
Actifs financiers		(0,5)	(5,6)	(5,5)
Passifs financiers		(0,0)	58,4	58,5
Remboursement des dettes locatives		(3,9)	-	-
Acquisitions et cessions d'actions propres		0,0	(0,9)	(0,9)
Dividendes versés	14	(125,8)	(119,6)	(119,6)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT		(130,2)	(67,7)	(67,5)
Flux de trésorerie liés aux actifs et activités cédés	12	-	(13,8)	(0,6)
Effet des écarts de conversion de trésorerie		0,0	0,0	0,0
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	20	(56,1)	(33,7)	(33,7)
Reclassement de la trésorerie des activités cédées		-	(0,2)	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		132,8	54,3	54,3
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE	20	76,8	20,4	20,6

⁽²⁾ Le tableau de flux de trésorerie consolidé au 30 juin 2018 a été retraité pour présenter le pôle Girondins comme une activité cédée, conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées (cf. note 12 - Activité cédée).

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 conso- lidées Résultat Groupe	Variations des justes valeurs Écarts de conversion	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts non con- trôlants	Capitaux propres
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2018	126 414,2	50,6	7,6	(6,8)	622,8	(11,9)	662,3	(0,1)	662,2
Impacts IFRS 15 sur les capitaux propres d'ouverture		-	-	-	(0,2)	-	(0,2)	-	(0,2)
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2018 RETRAITÉE	126 414,2	50,6	7,6	(6,8)	622,7	(11,9)	662,1	(0,1)	662,0
Variation de la valeur des instruments dérivés		-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,1
Pertes et gains actuariels		-	-	-	(0,0)	-	(0,0)	-	(0,0)
Écarts de conversion		-	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0
Autres éléments du résultat		-	-	-	(0,0)	0,1	0,1	-	0,1
Résultat de la période		-	-	-	79,5	-	79,5	-	79,5
Résultat global total de la période		-	-	-	79,5	0,1	79,6	-	79,6
Dividendes distribués		-	-	-	(120,0)	-	(120,0)	-	(120,0)
Acquisitions/Cessions d'actions propres		-	-	(1,0)	-	-	(1,0)	-	(1,0)
Total des transactions actionnaires		-	-	(1,0)	(120,0)	-	(120,9)	-	(120,9)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					5,0		5,0		5,0
Autres mouvements					(0,1)		(0,1)	0,1	-
SITUATION AU 30 JUIN 2018	126 414,2	50,6	7,6	(7,8)	587,2	(11,8)	625,8	(0,0)	625,8
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2019	126 414,2	50,6	7,6	(12,0)	678,1	(7,7)	716,6	0,1	716,7
Impacts IFRS 16 sur les capitaux propres d'ouverture ⁽¹⁾		-	-	-	(0,6)	-	(0,6)	-	-
SITUATION AU 1^{ER} JANVIER 2019 RETRAITÉE	126 414,2	50,6	7,6	(12,0)	677,5	(7,7)	716,0	0,1	716,0
Variation de la valeur des instruments dérivés		-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,1
Pertes et gains actuariels		-	-	-	(1,8)	-	(1,8)	-	(1,8)
Écarts de conversion		-	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0
Autres éléments du résultat		-	-	-	(1,8)	0,1	(1,7)	-	(1,7)
Résultat de la période		-	-	-	88,4	-	88,4	-	88,4
Résultat global total de la période		-	-	-	86,6	0,1	86,7	-	86,7
Dividendes distribués		-	-	-	(125,8)	-	(125,8)	-	(125,8)
Acquisitions/Cessions d'actions propres		-	-	0,0	-	-	0,0	-	0,0
Total des transactions actionnaires		-	-	0,0	(125,8)	-	(125,7)	-	(125,7)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)		-	-	-	3,8	-	3,8	-	3,8
SITUATION AU 30 JUIN 2019	126 414,2	50,6	7,6	(11,9)	642,1	(7,6)	680,8	0,1	680,9

⁽¹⁾ Les capitaux propres d'ouverture au 1^{er} janvier 2019 ont été retraités des impacts des dispositions de la norme IFRS 16 - Contrats de location, appliquées par le Groupe pour la première fois à cette date sans ajustement sur les comparatifs (cf. note 4 - Changements de méthode).

5.2 NOTES ANNEXES 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 1^{er} janvier 2019, la promesse d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires de la société IGraal a été levée. Le Groupe a ainsi acquis les 49 % du capital de cette dernière qu'il ne détenait pas.

- Le 31 janvier 2019, le Groupe est entré en négociations exclusives avec Lagardère Active pour l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère (hors Mezzo), leader français de la TV linéaire et non linéaire auprès des enfants.

Après avoir obtenu les avis des instances représentatives du personnel des sociétés concernées, Lagardère et le Groupe M6 ont signé le 24 mai 2019 le contrat d'acquisition.

Le 25 juin 2019, l'Autorité de la concurrence a autorisé l'opération.

Le 17 juillet 2019, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donné son agrément à l'opération de rachat de la chaîne Gulli par le Groupe M6.

Ce projet porte sur l'acquisition de 100 % des titres des sociétés du pôle Télévision du Groupe Lagardère (hors Mezzo), qui comprend :

- la chaîne de TNT gratuite Gulli leader sur les enfants ;
- les deux chaînes payantes jeunesse Canal J et Tiji ;
- les autres chaînes payantes de divertissement et musicales de Lagardère : Elle Girl TV, MCM, RFM TV et MCM Top ;

- les plateformes de télévision de rattrapage des différentes chaînes, dont Gulli Replay et Gulli Max ;

- les activités de distribution à l'international, et notamment les chaînes Gulli Africa, Gulli Bil Arabi, Gulli Girl et Tiji Russia ;

- les activités de régie publicitaire TV.

- Le 21 mars 2019, M6 a réduit sa participation dans la chaîne ivoirienne Life TV de 33 % à 12,5 %.

- Le 23 mai 2019, M6 Publicité a pris une participation de 40 % dans le capital de Wild Buzz Agency, société spécialisée dans l'organisation d'événements, de lieux éphémères et de congrès, venant ainsi renforcer l'offre de la régie publicitaire envers ses annonceurs.

- En 2018, le Groupe avait annoncé un projet d'alliance avec les Groupes France Télévisions et TF1 afin de bâtir ensemble une plateforme OTT française : Salto.

Le 17 juin 2019, les Groupes M6, TF1 et France Télévisions ont notifié à l'Autorité de la concurrence ce projet de création d'une entreprise commune de plein exercice vouée à exploiter une plateforme de distribution des chaînes de la TNT en clair disponible sur les réseaux OTT, offrant des fonctionnalités innovantes et un service de vidéo à la demande par abonnement.

Cette demande est en cours d'instruction.

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2019 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 29 juillet 2019 et examinés par le Conseil de Surveillance du 30 juillet 2019. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

Métropole Télévision 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 2019 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.

Le référentiel IFRS adopté dans l'Union Européenne au 30 juin 2019 est disponible à la rubrique Normes et interprétations IAS/IFRS, SIC et IFRIC adoptées par la Commission sur le site suivant :

http://ec.europa.eu/finance/accounting/index_fr.htm.

Pour les textes ayant une incidence sur les comptes consolidés du Groupe M6, il n'y a pas de différence entre les

textes approuvés par l'Union Européenne et les normes et interprétations publiées par l'IASB.

Les comptes semestriels n'incluent donc pas l'intégralité des informations nécessaires à l'établissement de comptes annuels. Ils doivent être lus conjointement avec les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2018.

Règles et méthodes comptables

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2019 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2018, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2019.

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 2019

L'adoption de la norme IFRS 16 – *Contrats de location*, et de l'interprétation IFRIC 23 – *Incertitude relative aux traitements fiscaux*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019, affectent les règles et méthodes comptables du Groupe.

Le Groupe a choisi d'appliquer la méthode rétrospective modifiée au 1^{er} janvier 2019 et a reconnu l'impact cumulé de l'application initiale de cette norme et cette interprétation en capitaux propres à cette date, sans retraitement de l'information comparative.

Ces changements font l'objet d'une présentation plus détaillée dans la note 4 – *Changements de méthode*.

Les autres normes et amendements aux normes IFRS, applicables pour le premier semestre 2019, n'ont pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe au 30 juin 2019 :

- Amendements à IAS 19 – *Avantages du personnel* : *Modification, réduction ou liquidation d'un régime*,

applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;

- Améliorations annuelles des IFRS (cycle 2015-2017), applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;
- Amendements à IAS 28 – *Participations dans des entreprises associées* : *Intérêts à long terme dans une entreprise associée ou une coentreprise*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2019 ;
- Amendements à IFRS 9 – *Instruments financiers* : *Clause de remboursement anticipé prévoyant une compensation négative*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019.

Application de nouvelles normes par anticipation de leur date d'application obligatoire

Aucune norme n'a été appliquée par anticipation sur le semestre.

Normes publiées par l'IASB mais non encore approuvées par l'Union Européenne

Le Groupe pourrait être concerné par :

- IFRS 17 – *Contrats d'assurance*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2021 ;
- Amendements à IFRS 3 – *Regroupements d'entreprise* : *Définition d'une entreprise*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2020 ;
- Amendements à IAS 1 et à IAS 28 – *Modification de la définition du terme "significatif"*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2020.

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

4. Changements de méthode

IFRS 16

Au 1^{er} janvier 2019, le Groupe a appliqué pour la première fois la norme IFRS 16 – *Contrats de location*. Cette nouvelle norme, homologuée par le Règlement (UE) 2017/1986 du 31 octobre 2017 et publiée au JOUE du 9 novembre 2017, remplace la norme IAS 17 - *Contrats de location*, ainsi que les interprétations correspondantes (IFRIC 4 - *Déterminer si un accord contient un contrat de location*, SIC 15 - *Avantages dans les contrats de location simple* et SIC 27 - *Évaluation de la substance des transactions impliquant la forme juridique d'un contrat de location*).

Le changement le plus significatif introduit par IFRS 16 est l'abandon pour les preneurs de la classification des contrats de location en contrats de location simple ou contrats de location-financement, la nouvelle norme traitant tous les contrats de location comme des contrats de location-financement. Les contrats de location de moins d'un an au 1^{er} janvier 2019, ainsi que les contrats portant sur des

actifs de faible valeur, ne sont toutefois pas concernés par ces nouvelles dispositions et sont donc traités comme des contrats de location simple (avec la constatation d'une charge de location en compte de résultat). Le Groupe a par ailleurs choisi de ne pas appliquer la nouvelle norme aux contrats de location d'immobilisations incorporelles.

Les principaux impacts sur les comptes consolidés sont donc les suivants, au titre des contrats, concernés par la nouvelle norme, dans lesquels le Groupe est preneur et actuellement qualifiés de contrats de location simple :

- au bilan, une augmentation des "droits d'utilisation" (incluant notamment l'évaluation initiale de la "dette locative") à l'actif et des "dettes locatives" (correspondant à la valeur actualisée des loyers non encore versés) au passif ;

- au compte de résultat, la disparition des charges de location et leur remplacement par des charges d'amortissement (des "droits d'utilisation") d'une part, et des charges d'intérêt (sur les "dettes locatives") d'autre part.

Le Groupe a choisi d'appliquer la méthode rétrospective modifiée au 1^{er} janvier 2019 et reconnaît donc l'impact

cumulé de l'application initiale de la nouvelle norme en capitaux propres à cette date, sans retraitement de l'information comparative.

Aux bornes du Groupe, les dispositions de la nouvelle norme impactent de manière significative les contrats de location immobilière.

Les impacts de l'application d'IFRS 16 sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2019 se détaillent comme suit :

	Impacts IFRS 16
Droit d'utilisation des actifs loués	48,8
Actifs d'impôts différés	0,3
TOTAL ACTIF À L'OUVERTURE	49,1
Réserves consolidées	(0,6)
Dettes locatives non courantes	46,4
Dettes locatives courantes	7,4
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	(4,2)
TOTAL PASSIF À L'OUVERTURE	49,1

Au titre du premier semestre 2019, les impacts de l'application d'IFRS 16 sur les principaux agrégats du compte de résultat consolidé sont les suivants :

	30/06/2019	Impacts IFRS 16	30/06/2019 IAS 17
<i>Consommations et autres charges opérationnelles (annulation des charges de loyer)</i>	(338,6)	4,2	(342,8)
<i>Dotations aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués</i>	(3,6)	(3,6)	-
Résultat opérationnel	142,2	0,6	141,6
<i>Charges d'intérêts sur dettes locatives</i>	(0,5)	(0,5)	-
Résultat financier	(2,8)	(0,5)	(2,3)
Impôt sur le résultat	(53,8)	(0,0)	(53,7)
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	88,4	0,1	88,3

IFRIC 23

Au 1^{er} janvier 2019, le Groupe a appliqué pour la première fois l'interprétation IFRIC 23 – *Incertitude relative aux traitements fiscaux*. Cette nouvelle interprétation apporte des éclaircissements sur la façon d'appliquer les dispositions d'IAS 12 - *Impôt sur le résultat*, en matière de comptabilisation et d'évaluation en cas d'incertitude relative aux traitements fiscaux.

Les dispositions de l'interprétation IFRIC 23 sont appliquées par le Groupe au 1^{er} janvier 2019 selon la méthode

rétrospective modifiée, sans retraitement de l'information comparative.

L'application initiale d'IFRIC 23 n'a pas d'impact sur les capitaux propres du Groupe à cette date et entraîne le reclassement en dettes fiscales et sociales d'une part et en dettes d'impôts courants d'autre part, des provisions portant sur l'impôt sur le résultat.

5. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité et il en résulte généralement un résultat net consolidé du premier semestre supérieur à celui enregistré sur le second semestre.

Notamment, les chaînes et les radios pâtissent au cours du second semestre à la fois d'un niveau moindre des recettes publicitaires durant les mois d'été et d'une augmentation des coûts liés aux programmes au moment de la rentrée de septembre et des fêtes de fin d'année. Cette saisonnalité peut cependant être significativement modifiée dans le cas où un ou des événements ponctuels pesant sur le coût des

programmes (événements sportifs majeurs par exemple) sont diffusés au cours du premier semestre.

Les activités du pôle Ventadis sont marquées par une saisonnalité forte avec un accroissement du chiffre d'affaires et du résultat au second semestre, porté par les ventes réalisées dans le contexte des fêtes de fin d'année.

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

6. 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 2019 :

- transfert des activités de distribution des chaînes et services non linéaires du Groupe, et de développement et exploitation de la plateforme technique 6play, de M6 Digital Services à M6 Distribution au 1^{er} janvier 2019 ;
- fusion des sociétés SNC, SNC Catalogue MC, SNC Audiovisuel FF et Les Films de la Suane dans la société Société Nouvelle de Distribution au 1^{er} janvier 2019 ;
- réduction de la participation de M6 dans Life TV de 33 % à 12,5 % le 21 mars 2019 ;
- prise de participation de M6 Publicité dans la société Wild Buzz Agency à hauteur de 40 % le 23 mai 2019.

7. 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 et 6ter) et les chaînes payantes (Paris Première, Téva, etc...) dont le modèle économique repose sur un financement mixte (publicité et versements des plateformes qui distribuent ces chaînes dans le cadre de bouquets diffusés via l'IPTV, le câble ou le satellite).

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

Radio

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

Production et Droits Audiovisuels

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

Diversifications

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

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

Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'attribution d'actions gratuites, au résultat des sociétés immobilières et sociétés sans activité et à des retraitements de consolidation non alloués et correspondant essentiellement à l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés.

Résultat

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

En 2018 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversi- fications	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2018 retraité
Chiffre d'affaires hors-Groupe	482,7	77,8	31,9	110,7	0,2	703,2
Chiffre d'affaires inter-segments	8,3	0,7	47,3	1,0	(57,3)	-
Chiffre d'affaires *	491,0	78,5	79,2	111,6	(57,2)	703,2
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	120,1	10,4	7,1	13,4	(3,9)	147,1
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-	-	(0,9)	(0,5)	-	(1,4)
Plus-value sur cessions de participations						-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						145,7
Résultat financier						(1,0)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(1,7)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						143,0
Impôt						(51,6)
Résultat net des activités poursuivies						91,4
Résultat net des activités cédées						(11,9)
Résultat de la période						79,5
attribuable au Groupe						79,5
attribuable aux intérêts non contrôlants						(0,0)

* dont 527,1 M€ au titre des revenus publicitaires

En 2019 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversi- fications	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2019
Chiffre d'affaires hors-Groupe	489,5	82,3	40,1	102,5	0,2	714,6
Chiffre d'affaires inter-segments	3,8	1,4	40,3	0,4	(45,8)	-
Chiffre d'affaires *	493,3	83,7	80,3	102,9	(45,7)	714,6
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	113,5	12,0	11,4	15,9	(4,5)	148,3
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-	(0,3)	(5,7)	(0,5)	-	(6,5)
Plus-value sur cessions de participations					0,4	0,4
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						142,2
Résultat financier						(2,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						3,1
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						142,5
Impôt						(53,8)
Résultat net des activités poursuivies						88,7
Résultat net des activités cédées						(0,3)
Résultat de la période						88,4
attribuable au Groupe						88,4
attribuable aux intérêts non contrôlants						(0,0)

* dont 539,3 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.

8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

8.1 Autres produits opérationnels

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 2,0 M€ (contre 8,5 M€ au 30 juin 2018 retraité) et sont constitués principalement :

- des subventions d'exploitation pour 1,2 M€, contre 4,7 M€ au 30 juin 2018 ;

- des refacturations envers les sociétés mises en équivalence pour 0,8 M€, stables par rapport au 30 juin 2018.

- Aucun crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) et pour la recherche (CIR) n'a été comptabilisé au 30 juin 2019, contre 1,4 M€ au 30 juin 2018.

8.2 Consommations et autres charges opérationnelles

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité	30/06/2018 Publié
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(98,7)	(127,8)	(127,8)
Consommations de stocks de marchandises	(21,3)	(22,7)	(23,5)
Autres services extérieurs	(218,3)	(197,7)	(207,4)
Pertes de change opérationnelles	(0,0)	(0,2)	(0,2)
Autres charges	(0,3)	(0,3)	(0,3)
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(338,6)	(348,7)	(359,3)

8.3 Dotations aux amortissements et aux dépréciations

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité	30/06/2018 Publié
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(36,0)	(28,1)	(28,1)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(7,8)	(2,4)	(2,4)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(6,7)	(6,8)	(13,8)
Amortissements des immobilisations corporelles	(7,2)	(7,4)	(7,9)
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	(3,6)	-	-
Autres dépréciations	(0,9)	(2,0)	(2,2)
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	(0,9)	(0,9)
TOTAL DOTATIONS (NETTES DES REPRISES)	(62,3)	(47,7)	(55,3)

9. Rémunérations en actions

Aucune attribution d'actions gratuites n'a été décidée par le Directoire au premier semestre 2019.

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions gratuites 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 31/12/2018	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2019
Plans d'attribution gratuite d'actions	1 094 284	1 094 284	1 083 884	-	-	-	(20 200)	1 063 684
Du 27/07/2017	217 667	217 667	217 667	-	-	-	-	217 667
Du 27/07/2017	307 200	307 200	296 800	-	-	-	(9 200)	287 600
Du 02/10/2017	8 917	8 917	8 917	-	-	-	-	8 917
Du 25/07/2018	313 400	313 400	313 400	-	-	-	(11 000)	302 400
Du 25/07/2018	247 100	247 100	247 100	-	-	-	-	247 100

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.

Les données relatives aux plans d'attribution d'actions gratuites sont celles de référence reflétant l'atteinte des objectifs de performances fixés dans le cadre des plans de 2017 et 2018.

La charge IFRS 2 relative aux plans d'attribution d'actions gratuites ouverts au 30 juin 2019 est enregistrée dans le compte de résultat sur la ligne " Charges de personnel ". Les impacts sur le semestre sont les suivants :

Plans d'attribution gratuite d'actions	Charges de personnel	
	30/06/2019	30/06/2018
Du 28/07/2016	-	(3,0)
Du 27/07/2017	(2,1)	(2,0)
Du 02/10/2017	(0,0)	(0,0)
Du 25/07/2018	(1,7)	-
CHARGE TOTALE	(3,8)	(5,0)

10. Résultat financier

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité	30/06/2018 Publié
Produits des placements	0,1	0,3	0,1
Divers produits d'intérêts	0,0	0,0	0,0
Réévaluation des instruments dérivés	0,1	0,1	0,1
Revenus financiers	0,2	0,4	0,2
Intérêts sur emprunts associés et banques	(0,5)	(0,5)	(0,4)
Intérêts sur dettes locatives	(0,5)	-	-
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,3)	(0,3)	(0,3)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,2)	(0,4)	(0,1)
Charges financières	(1,4)	(1,3)	(0,8)
Autres éléments financiers	(1,6)	(0,2)	(0,6)
RÉSULTAT FINANCIER	(2,8)	(1,0)	(1,2)

- Les intérêts sur emprunts associés et banques s'élèvent à (0,5) M€ au 30 juin 2019 et correspondent principalement aux intérêts sur l'emprunt obligataire mis en place en 2017 pour financer l'achat du pôle Radio de RTL Group. L'endettement moyen s'élève à 53,0 M€ sur le 1^{er} semestre 2019 pour un taux moyen d'endettement de 1,50 % l'an, contre 85,0 M€ et 1,23 % en 2018.

- Les intérêts sur dettes locatives correspondent à la désactualisation des dettes comptabilisées en application d'IFRS 16 (cf. note 4 - *Changements de méthode*).
- 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 et compléments de prix).

11. Impôt sur le résultat

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

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité	30/06/2018 Publié
Impôt exigible :			
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(52,8)	(47,6)	(41,4)
Impôt différé :			
Naissance et renversement des différences temporaires	(1,0)	(4,0)	(4,2)
TOTAL	(53,8)	(51,6)	(45,6)

Le taux d'impôt sur les sociétés projeté au titre de l'exercice 2019 est de 34,43 % pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français, identique à celui de 2018.

Conformément aux dispositions de la Loi de Finances pour 2019, le taux d'imposition utilisé pour comptabiliser les différences temporelles des entités françaises est dégressif.

Les taux utilisés sont compris entre 28,92 % (pour les différences temporelles se renversant avant le 31 décembre 2020) et 25,83 % (pour les différences temporelles se renversant au-delà du 31 décembre 2021).

Le rapprochement entre la charge réelle d'impôt du Groupe et la charge obtenue en appliquant le taux d'impôt en vigueur au résultat avant impôt est le suivant :

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité	30/06/2018 Publié
Résultat de la période attribuable au Groupe	88,4	79,5	79,5
Intérêts non-contrôlants	(0,0)	(0,0)	0,0
Profit ou perte après impôt des activités cédées	(0,3)	(11,9)	-
Impôt sur le résultat	(53,8)	(51,6)	(45,6)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,9	0,5	0,5
Produits et charges liés aux regroupements d'entreprises	(0,3)	(0,2)	(0,2)
Plus-value sur cessions de participations	0,4	-	-
Perte de valeur des goodwill	2,2	(3,1)	(3,1)
Coût des actions gratuites (IFRS 2)	(3,8)	(5,0)	(5,0)
Résultat des activités poursuivies avant impôt retraits	143,1	150,8	133,0
Taux d'impôt commun théorique	34,43%	34,43%	34,43%
Charge d'impôt théorique	(49,3)	(51,9)	(45,8)
Éléments en rapprochement :			
Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises	(3,6)	(3,5)	(3,7)
Taxe de 3 % sur dividendes ⁽¹⁾	-	2,8	2,8
Différenciel de taux d'impôt et d'impôt différé	(0,7)	-	-
Autres différences	(0,2)	1,0	1,1
CHARGE NETTE D'IMPÔT RÉEL	(53,8)	(51,6)	(45,6)
Taux effectif d'impôt	37,58%	34,19%	34,27%

⁽¹⁾ Le produit d'impôt de 2,8 M€ enregistré sur le 1^{er} semestre 2018 correspondait aux intérêts moratoires perçus au titre du remboursement de la taxe sur les dividendes.

Au 30 juin 2019, aucun passif d'impôt différé n'a été comptabilisé pour des impôts qui seraient dus sur les résultats non distribués de certaines filiales, entreprises associées ou coentreprises du Groupe.

12. Activité cédée

Conformément à la norme IFRS 5 – *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, compte tenu de la cession le 6 novembre 2018 du Football Club des Girondins de Bordeaux et de ses filiales (pôle Girondins), et dans un souci d'homogénéité et de comparabilité de l'information financière, le compte de

résultat et le tableau des flux de trésorerie consolidés du 30 juin 2018 ont été retraités.

Les profits ou pertes après impôt du pôle Girondins (qui constituent l'intégralité de l'agrégat "Profit ou perte après impôt des activités cédées" au compte de résultat) se détaillent comme suit :

	30/06/2019	30/06/2018
Chiffre d'affaires	-	34,8
Autres produits opérationnels	-	(0,0)
Charges opérationnelles	-	(52,5)
Impôt sur le résultat	-	6,0
Gain ou perte opérationnel net d'impôt	-	(11,7)
Autres éléments financiers nets d'impôt	-	(0,1)
Plus-value nette de cession	(0,3)	-
PROFIT OU PERTE APRÈS IMPÔT DES ACTIVITÉS CÉDÉES	(0,3)	(11,9)

La charge de (0,3) M€ constatée au 30 juin 2019 correspond à la variation entre le prix de cession du pôle Girondins estimé au 31 décembre 2018 et son prix de cession définitif.

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité du pôle Girondins au titre du 1^{er} semestre 2018 étaient par ailleurs les suivants :

	30/06/2018 Retraité
Résultat opérationnel des activités cédées	(17,7)
<i>Résultat opérationnel des activités cédées externe au Groupe</i>	<i>(17,5)</i>
<i>Résultat opérationnel des activités cédées interne au Groupe</i>	<i>(0,2)</i>
Éléments sans incidence sur la trésorerie externe au Groupe	7,4
Éléments financiers interne au Groupe	(0,2)
Capacité d'autofinancement avant impôt	(10,5)
Variation du besoin en fonds de roulement externe au Groupe	3,2
Variation du besoin en fonds de roulement interne au Groupe	0,1
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	3,3
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés	(0,1)
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles externes au Groupe	(7,0)
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles internes au Groupe	(0,3)
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	(7,3)
Flux de trésorerie liés à des opérations d'investissement externes au Groupe	(6,1)
Flux de trésorerie liés à des opérations d'investissement internes au Groupe	-
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(6,1)
Flux de trésorerie liés à des opérations de financement externes au Groupe	0,2
Flux de trésorerie liés à des opérations de financement internes au Groupe	25,5
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	25,8
Variation globale de la trésorerie externe au Groupe	(12,9)
Variation globale de la trésorerie interne au Groupe	25,3
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	12,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	(48,1)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE	(35,8)

13. Résultat par action

	30/06/2019	30/06/2018 Retraité
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	88,4	79,5
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités cédées	(0,3)	(11,9)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	88,7	91,4
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	125 742 751	125 968 399
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	686 622	1 010 785
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 429 373	126 979 184
Résultat par action (en euros)	0,703	0,631
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	0,706	0,726
Résultat dilué par action (en euros)	0,699	0,626
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	0,702	0,720

* 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 gratuites accordées lors des plans du 27 juillet 2017, du 2 octobre 2017 et du 25 juillet 2018.

Le nombre d'actions potentiellement dilutives est de 686 622 au 30 juin 2019 : sur cette base, l'effet dilutif sur le résultat par action représente 0,4 centime d'euro par titre.

14. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2019	30/06/2018
Déclarés et versés au cours de l'exercice	125,8	119,6
Nombre d'actions en circulation en milliers	125 751	125 932
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	1,00	0,95

15. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (distribution et négoce)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Goodwill	Total 30/06/2019
Au 1^{er} janvier 2019, net des dépréciations et amortissements	39,8	12,0	5,1	56,9	135,1	193,6	385,6
Acquisitions	24,9	0,4	8,9	34,2	4,2	-	38,4
Cessions	(2,1)	(0,9)	-	(3,0)	(0,1)	-	(3,1)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	-	-	-
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	4,6	26,0	(4,9)	25,7	(2,1)	-	23,6
Dotations aux amortissements 2019	(34,6)	(9,0)	-	(43,6)	(6,7)	-	(50,4)
Dépréciations	(1,3)	1,7	(0,5)	(0,1)	-	-	(0,1)
Reprises d'amortissements sur cessions	2,1	-	-	2,1	0,1	-	2,2
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	0,1	(23,7)	-	(23,7)	2,1	-	(21,6)
Au 30 juin 2019, net des dépréciations et amortissements	33,4	6,5	8,7	48,6	132,5	193,6	374,7
Au 1^{er} janvier 2019							
Valeur brute	997,6	704,7	8,4	1 710,8	251,5	226,0	2 188,2
Amortissements et dépréciations cumulés	(957,9)	(692,7)	(3,3)	(1 653,9)	(116,4)	32,4	(1 802,6)
MONTANT NET AU 1^{ER} JANVIER 2019	39,8	12,0	5,1	56,9	135,1	193,6	385,6
Au 30 juin 2019							
Valeur brute	1 025,0	730,2	12,5	1 767,7	253,5	226,0	2 247,1
Amortissements et dépréciations cumulés	(991,7)	(723,7)	(3,8)	(1 719,1)	(121,0)	(32,4)	(1 872,5)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2019	33,4	6,5	8,7	48,6	132,5	193,6	374,7

- Les "droits audiovisuels" regroupent des droits cinématographiques et télévisuels et vidéographiques acquis dans le cadre de productions déléguées mais également en application d'accords de distribution pour lesquels un montant fixe (minimum garanti) a été versé au producteur.
- La rubrique "Coproductions" regroupe plus spécifiquement les parts producteurs et coproducteurs de longs métrages, fictions et autres programmes.

En application d'IAS 20 - *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC sont comptabilisées en diminution de la valeur d'actif des coproductions.

- Sont principalement comptabilisés en "avances et acomptes" les acomptes versés sur droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation. Les sommes versées sont reclassées en droits audiovisuels à la date d'ouverture des droits.
- Les "autres immobilisations incorporelles" correspondent notamment aux licences (y compris les licences FM des stations RTL, RTL 2 et Fun Radio), aux logiciels informatiques et aux relations clients.

Hormis les licences apportées par RTL France Radio, la marque Fun Radio et les licences reconnues sur RTL2 et Fun Radio au titre de l'allocation du prix d'acquisition du pôle Radio français de RTL Group, l'ensemble des autres immobilisations incorporelles a la nature d'actif amortissable.

16. Goodwill

Évolution

Les goodwill ont évolué comme suit au cours du premier semestre 2019 :

		30/06/2019
À l'ouverture, net des pertes de valeur		193,6
À la clôture		193,6
À l'ouverture		
	Valeurs brutes	226,0
	Cumul des pertes de valeur	(32,4)
	MONTANT NET	193,6
À la clôture		
	Valeurs brutes	226,0
	Cumul des pertes de valeur	(32,4)
	MONTANT NET	193,6

Répartition

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

Valeur nette		30/06/2019
Télévision		
	Distribution	44,6
	Autres	4,9
Radio		99,4
Production et Droits Audiovisuels		
	Droits Audiovisuels	4,8
Diversifications		
	Digital Services	21,6
	Interactions	5,7
	Téléachat	12,5
TOTAL		193,6

- L'UGT Distribution intègre les activités de distribution des chaînes et services non linéaires, ainsi que le développement et l'exploitation de 6play (regroupées au sein de l'entité juridique M6 Distribution à compter du 1^{er} janvier 2019) ;
- 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

respectivement par M6 Interactions et M6 Événements, et donc désormais intégrées dans l'UGT Interactions) ;

- L'UGT Digital Services intègre les activités de "pure player digital" de M6 Web (entité juridique rebaptisée M6 Digital Services à compter du 1^{er} janvier 2019) et celles d'iGraal et d'Altima Hosting du fait des similarités de leur business model ;

- l'UGT Droits Audiovisuels intègre Société Nouvelle de Distribution et les sociétés de catalogues de droits audiovisuels fusionnées dans cette dernière ;
- l'UGT Interactions intègre les entités M6 Interactions, M6 Événements et M6 Éditions ;
- l'UGT Téléachat intègre les entités Home Shopping Service (en France et en Belgique), Best of TV et Best of TV Benelux.

Perte de valeur

Le Groupe ne réalise des tests de perte de valeur lors des arrêts intermédiaires que si des indices de perte de valeur sont identifiés sur la période considérée.

Aucun indice de cette nature n'a été identifié au cours du premier semestre 2019.

17. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Droits d'utilisation des actifs loués	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2019
Au 1^{er} janvier 2019, net des dépréciations et amortissements	19,1	61,1	-	28,7	8,6	1,9	119,4
Impacts IFRS 16 sur les immobilisations corporelles d'ouverture	-	-	48,8	-	-	-	48,8
Acquisitions	-	-	0,4	1,2	0,9	1,2	3,7
Cessions	-	-	-	(0,0)	(0,2)	-	(0,2)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	-	-	0,1	0,0	0,0	(0,0)	0,1
Dotations aux amortissements 2019	-	(1,8)	(3,6)	(3,5)	(2,0)	-	(10,9)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-	-
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	-	0,0	0,2	-	0,2
Au 30 juin 2019, net des dépréciations et amortissements	19,1	59,4	45,6	26,4	7,6	3,0	161,0
Au 1 ^{er} janvier 2019	-	-	-	-	-	-	-
Valeur brute	19,1	123,4	-	95,8	40,3	1,9	280,3
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(62,2)	-	(67,1)	(31,6)	-	(161,0)
Montant net au 1^{er} janvier 2019	19,1	61,1	-	28,7	8,6	1,9	119,4
Au 30 juin 2019	-	-	-	-	-	-	-
Valeur brute	19,1	123,4	49,2	97,0	41,0	3,0	332,6
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(64,0)	(3,6)	(70,6)	(33,4)	-	(171,6)
Montant net au 30 juin 2019	19,1	59,4	45,6	26,4	7,6	3,0	161,0

18. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2019
Au 1^{er} janvier 2019, net des dépréciations	260,9	8,6	269,5
Acquisitions	137,3	25,2	162,5
Consommations	(136,3)	(23,4)	(159,8)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2019	0,8	0,2	1,0
Au 30 juin 2019, net des dépréciations	262,6	10,6	273,2
Au 1^{er} janvier 2019			
Coût ou juste valeur	452,6	12,2	464,8
Cumul des dépréciations	(191,8)	(3,6)	(195,3)
MONTANT NET AU 1^{ER} JANVIER 2019	260,9	8,6	269,5
Au 30 juin 2019			
Coût ou juste valeur	453,6	13,9	467,5
Cumul des dépréciations	(191,0)	(3,4)	(194,3)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2019	262,6	10,6	273,2

19. 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	31/12/2018	Quote-part de résultat	Perte de valeur	Variation de périmètre	Dividendes versés	Reclassement	30/06/2019
Participations dans les coentreprises		1,6	0,3	-	-	(0,5)	-	1,4
Série Club	50,0%	1,3	0,3	-	-	(0,5)	-	1,1
Panora Services	50,0%	0,3	0,0	-	-	-	-	0,3
Participations dans les entreprises associées		9,2	0,5	2,2	(1,2)	(1,4)	0,3	9,8
Quicksign	23,9%	0,2	0,0	-	(0,1)	-	-	0,2
Stéphane Plaza France	49,0%	5,2	0,9	-	-	(1,4)	-	4,7
Elephorm	34,0%	0,5	0,1	2,2	-	-	-	2,8
6&7	49,0%	(0,0)	(0,3)	-	-	-	0,3	(0,0)
Life TV	-	3,3	(0,1)	-	(3,1)	-	-	-
Wild Buzz Agency	40,0%	-	-	-	2,0	-	-	2,0
PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES		10,8	0,9	2,2	(1,2)	(1,9)	0,3	11,1

QuickSign

Le 16 mai 2019, la participation de M6 Digital Services dans Quicksign est passée de 24,1% à 23,9 %.

Elephorm

La dépréciation de 2,2 M€ (enregistrée sur le 1^{er} semestre 2018) a été reprise en intégralité sur le 1^{er} semestre 2019 compte tenu des dernières perspectives financières et des nouvelles discussions entre les actionnaires de la société.

Life TV

Le 21 mars 2019, la participation de Métropole Télévision dans la société Life TV est passée de 33,34 % à 12,5 %, en

contrepartie de l'annulation de la dette de 2,5 M€ comptabilisée au 31 décembre 2018.

Cette déconsolidation a engendré la comptabilisation d'un produit de 0,4 M€ en "Plus-value sur cessions de participations".

Wild Buzz Agency

Le 23 mai 2019, M6 Publicité a acquis 40 % du capital de la société Wild Buzz Agency (WBA), une agence d'événementiel spécialisée dans la création de lieux de vie éphémères dédiés aux marques et aux institutions, pour 2,0 M€.

20. Instruments financiers

20.1 Actifs financiers

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2018 et au 30 juin 2019 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2018				Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par capitaux propres	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	6,2	-	6,2	6,2	4,4	1,8	-
Autres actifs financiers non courants	18,5	(0,0)	18,5	18,5	9,1	-	9,4
Créances clients	337,6	(17,1)	320,5	320,5	-	-	320,5
Instruments financiers dérivés	0,2	-	0,2	0,2	0,2	-	-
Autres actifs financiers courants	14,0	(0,3)	13,7	13,7	-	-	13,7
Autres actifs courants	211,8	(2,3)	209,5	209,5	-	-	209,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	132,8	-	132,8	132,8	12,7	-	120,1
ACTIFS	721,1	(19,7)	701,5	701,5	26,4	1,8	673,3

	30/06/2019				Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par capitaux propres	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	6,0	-	6,0	6,0	4,0	2,0	-
Autres actifs financiers non courants	7,9	(0,0)	7,9	7,9	2,7	-	5,2
Créances clients	350,3	(17,8)	332,5	332,5	-	-	332,5
Instruments financiers dérivés	0,1	-	0,1	0,1	0,1	-	-
Autres actifs financiers courants	8,7	(0,3)	8,4	8,4	6,0	-	2,4
Autres actifs courants	211,3	(1,6)	209,7	209,7	-	-	209,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	76,8	-	76,8	76,8	13,4	-	63,4
ACTIFS	661,1	(19,7)	641,4	641,4	26,2	2,0	613,2

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	30/06/2019		Évaluation	
		Juste valeur	% de détention	Juste valeur par résultat	Juste valeur par capitaux propres
2CED	Euro (€)	1,8	15,3%	1,8	
Job Digital Networks	Euro (€)	-	2,0%	-	
Médiamétrie	Euro (€)	1,0	2,7%		1,0
Youmiam	Euro (€)	0,5	8,8%	0,5	
GLHF	Euro (€)	0,5	17,5%	0,5	
Alliance Gravity Data Média	Euro (€)	0,4	11,1%		0,4
European News Exchange	Euro (€)	0,1	20,0%		0,1
Victor et Charles	Euro (€)	0,1	4,5%	0,1	
Fun Radio Belgique	Euro (€)	0,1	25,0%		0,1
Audiance Square	Euro (€)	0,1	20,0%		0,1
Life TV	Euro (€)	1,0	12,5%	1,0	-
Instrument call WBA	Euro (€)	0,2	-		0,2
Autres	Euro (€)	0,1	-		0,1
TOTAL DES INSTRUMENTS DE CAPITAUX PROPRES		6,0		4,0	2,0

Autres actifs financiers

La position au bilan est la suivante :

	30/06/2019	31/12/2018
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	0,6	0,6
Dépôts de garantie	4,5	3,2
Créances sur cessions de filiales	-	5,6
Autres actifs financiers	2,7	9,1
AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS	7,9	18,5
Créances sur cessions de filiales	1,4	13,6
Autres actifs financiers	7,0	0,1
AUTRES ACTIFS FINANCIERS COURANTS	8,4	13,7

La baisse des autres actifs financiers reflète principalement l'encaissement sur le semestre de l'intégralité des créances résiduelles au titre de la cession du pôle Girondins.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 76,8 M€ au 30 juin 2019 contre 132,8 M€ au 31 décembre 2018.

Les comptes et dépôts à terme et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évalués à leur juste valeur (juste valeur par résultat). Les FCP et SICAV monétaires ne comportent

pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 30 juin 2019.

En application de la politique de placement décrite en note 21.4 du document de référence 2018, la quasi-intégralité des sommes est placée en FCP de trésorerie, comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité "investment grade".

20.2 Passifs financiers

Les différentes catégories de passifs financiers aux 31 décembre 2018 et 30 juin 2019 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2018		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	51,5	51,5	-	51,5	-
Autres passifs financiers non courants	25,4	25,4	20,5	4,9	-
Autres dettes non courantes	0,8	0,8	-	0,8	-
Dettes financières courantes	0,4	0,4	-	0,4	-
Autres passifs financiers courants	29,8	29,8	21,7	8,1	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	414,9	414,9	-	414,9	-
Autres dettes d'exploitation	15,5	15,5	-	15,5	-
Dettes fiscales et sociales	122,6	122,6	-	122,6	-
Dettes sur immobilisations courantes	24,3	24,3	-	24,3	-
PASSIFS	685,2	685,2	42,2	643,0	-

	30/06/2019		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	51,6	51,6	-	51,6	-
Dettes locatives non courantes	42,9	42,9	-	42,9	-
Autres passifs financiers non courants	20,6	20,6	20,6	0,0	-
Autres dettes non courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes financières courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes locatives courantes	7,7	7,7	-	7,7	-
Autres passifs financiers courants	16,5	16,5	6,2	10,3	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	401,2	401,2	-	401,2	-
Autres dettes d'exploitation	22,9	22,9	-	22,9	-
Dettes fiscales et sociales	106,1	106,1	-	106,1	-
Dettes sur immobilisations courantes	20,9	20,9	-	20,9	-
PASSIFS	691,8	691,8	26,7	665,1	-

Dettes financières

Les positions d'endettement sont les suivantes :

	30/06/2019	31/12/2018
Dettes bancaires	50,3	50,3
Autres	1,3	1,3
TOTAL DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	51,6	51,5
Dettes bancaires et lignes de crédits	0,7	0,4
TOTAL DETTES FINANCIÈRES COURANTES	0,7	0,4

- Les dettes bancaires correspondent essentiellement à l'emprunt obligataire de 50,0 M€ émis le 28 juillet 2017.

Cet emprunt obligataire porte intérêt au taux annuel de 1,5 % pour un remboursement in fine à échéance 7 ans (1^{er} août 2024).

- Par ailleurs, trois lignes de crédits bancaires renouvelables à moyen terme (5 ans), pour un montant total de 120,0 M€, ont été mises en place afin de se prémunir du risque de

liquidité tel que décrit en note 21.2 du document de référence 2018.

Les conditions de tirage des lignes de crédit du Groupe sont encadrées principalement par une clause de changement de contrôle.

Au 30 juin 2019, comme au 31 décembre 2018, ces lignes ne sont pas tirées.

- Enfin, le Groupe a également mis en place une ligne de crédit auprès de son actionnaire principal (Bayard d'Antin) pour un tirage maximal de 50,0 M€. Au 30 juin 2019, comme au 31 décembre 2018, cette ligne n'est pas tirée.

Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers courants de 16,5 M€ incluent :

- la dette relative aux contrats d'achat à terme de 300 000 et 220 000 actions propres, avec comme échéances respectives les 25 juillet 2019 et 31 mars 2020 ;

- le solde dû sur l'acquisition des titres détenus par les actionnaires minoritaires de la société iGraal ;
- la dette relative au complément de prix estimé sur l'acquisition des sociétés Ctzar/Sociaddict.

Les autres passifs financiers non courants de 20,6 M€ incluent les dettes relatives aux promesses d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires des sociétés Best of TV et Ctzar/Sociaddict.

Ces dettes financières sont évaluées à la juste valeur par résultat (niveau 3 dans la hiérarchie de détermination de la juste valeur selon IFRS 7).

20.3 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
31/12/2018			
Instruments de capitaux propres	-	-	6,2
Autres actifs financiers non courants	-	9,1	-
Instruments financiers dérivés	-	0,2	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
FCP, SICAV	-	-	-
Dépôts à terme	-	12,7	-
ACTIFS	-	22,0	6,2
Autres passifs financiers non courants	-	-	20,5
Autres passifs financiers courants	-	-	21,7
PASSIFS	-	-	42,2

	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
30/06/2019			
Instruments de capitaux propres	-	-	6,0
Autres actifs financiers non courants	-	2,7	-
Instruments financiers dérivés	-	0,1	-
Autres actifs financiers courants	-	6,0	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
FCP, SICAV	-	-	-
Dépôts à terme	-	13,4	-
ACTIFS	-	22,2	6,0
Autres passifs financiers non courants	-	-	20,6
Autres passifs financiers courants	-	-	6,2
PASSIFS	-	-	26,7

21. Actions composant le capital de Métropole Télévision

(en milliers)	Actions ordinaires émises	Titres autodétenteurs	Actions en circulation
NOMBRE D'ACTIONS AU 1^{ER} JANVIER 2018	126 414	420	125 994
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites	-	175	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	97	-
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	-
NOMBRE D'ACTIONS AU 31 DÉCEMBRE 2018	126 414	692	125 722
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites	-	-	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	(16)	-
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	-
NOMBRE D'ACTIONS AU 30 JUIN 2019	126 414	676	125 738

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

Trois plans d'attribution d'actions gratuites, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2019 (cf. note 9 - *Rémunérations en actions*).

La livraison de ces actions gratuites 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 520 000 titres (cf. note 20.2 - *Passifs financiers*) et par les actions propres détenues dans le cadre du contrat de liquidité.

22. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le premier semestre 2019 :

	Provisions pour retraite	Provisions pour restructuration	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1^{er} janvier 2019	37,9	0,9	18,1	15,4	19,7	92,1
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-	-	-	-
Dotation de la période	8,4	0,0	2,2	5,2	4,4	20,3
Utilisation	(1,6)	(0,3)	(0,5)	(5,6)	(2,0)	(10,0)
Reprise non utilisée	(6,9)	-	(1,1)	(0,2)	(3,3)	(11,6)
Autres variations	2,4	-	(0,0)	-	(7,9)	(5,5)
Au 30 juin 2019	40,3	0,6	18,6	14,9	10,9	85,3
Courant au 1 ^{er} janvier 2019	-	0,9	18,1	15,4	19,7	54,1
Non courant au 1 ^{er} janvier 2019	37,9	-	-	-	0,0	37,9
TOTAL	37,9	0,9	18,1	15,4	19,7	92,1
Courant au 30 juin 2019	-	0,6	18,6	14,9	10,9	45,0
Non courant au 30 juin 2019	40,3	-	-	-	-	40,3
TOTAL	40,3	0,6	18,6	14,9	10,9	85,3

Aux 30 juin 2019 et 31 décembre 2018, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2019	31/12/2018
Télévision	54,9	54,0
Radio	18,8	25,4
Production et Droits Audiovisuels	3,9	3,9
Diversifications	7,6	8,7
Autres	0,1	0,1
TOTAL	85,3	92,1

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

	30/06/2019	31/12/2018
Obligation à l'ouverture	37,9	42,3
Coût du service courant, réductions/cessations	1,2	2,6
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,3	0,6
Réductions	(0,7)	(0,8)
Prestations versées	(1,6)	(4,3)
Modification de régime	0,8	-
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse financière	2,1	(0,5)
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse démographique	-	-
Écarts actuariels - Effet d'expérience	0,3	(1,0)
Variation de périmètre	-	(1,0)
OBLIGATION À LA CLÔTURE	40,3	37,9

- 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 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, dans la case de la grille initialement prévue, 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.

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

En %	30/06/2019	31/12/2018
Taux d'actualisation	1,10	1,60
Augmentations de salaires futures *	2,83	2,83
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 chaînes peuvent également être engagées à acquérir un programme de flux ou un événement pour lequel les avantages économiques attendus sont inférieurs à la valeur de l'engagement.

La perte de valeur du droit s'inscrit notamment dans le cas d'une diffusion improbable.

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 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 ces trois 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.

23. Engagements hors bilan et actifs / passifs éventuels

Achats de droits et engagements de coproductions (nets)

Ces engagements se rapportent principalement :

- aux engagements d'achats sur des droits non encore produits ou achevés ;
- aux engagements contractuels sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation.

Ils sont exprimés nets des avances et acomptes versés à ce titre pour les droits correspondants non encore enregistrés en stocks.

Transport d'images, de signaux, location satellite et transpondeurs

Ces engagements sont relatifs à la fourniture de services de diffusion et à la location de capacité satellitaire et de transpondeurs auprès de sociétés privées pour la diffusion numérique.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance.

Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif

Dans la mesure où les associés d'une société en nom collectif répondent indéfiniment et solidairement des dettes portées par la société, le Groupe présente en engagements hors bilan donnés le total du passif des sociétés en nom collectif qu'il détient, retraité des comptes de régularisation ainsi que des comptes courants d'associés, et en engagements hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

Ventes de droits

Ces engagements recouvrent les contrats de ventes de droits de diffusion non encore disponibles au 30 juin 2019.

Contrats de diffusion

Ces engagements concernent les contrats de diffusion des chaînes du Groupe auprès des différents distributeurs.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance certaine ou probable.

Les actifs immobilisés du Groupe ne sont assortis d'aucun nantissement ou hypothèque.

Les engagements hors bilan s'analysent comme suit :

	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans	Total 30/06/2019	Total 31/12/2018	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés						
Achats de droits audiovisuels et radio et engagements de coproductions (bruts) ⁽¹⁾	216,2	261,5	121,3	598,9	669,9	Contrats signés
Avances versées au titre des achats de droits et engagements de coproductions	(14,8)	(14,6)	(53,8)	(83,2)	(69,3)	
Achats de droits audiovisuels et radio et engagements de coproductions (nets)	201,4	246,9	67,4	515,7	600,6	
Transport d'images, de signaux, location satellites et transpondeurs	36,2	44,7	0,1	81,0	74,4	Contrats signés
Baux immobiliers non résiliables	-	-	-	-	55,9	Baux
Responsabilité sur passif	-	0,2	0,2	0,4	0,2	
Autres	8,6	12,4	-	21,0	24,6	Contrats signés
TOTAL DES ENGAGEMENTS DONNÉS	246,2	304,2	67,7	618,1	755,8	
Engagements reçus						
Ventes de droits	14,2	10,0	-	24,2	28,4	Échéances annuelles
Contrats de diffusion	72,9	111,9	-	184,7	237,6	Contrats signés
Autres	2,6	0,2	0,1	2,9	4,7	
TOTAL DES ENGAGEMENTS REÇUS	89,7	122,1	0,1	211,9	270,7	

(1) Le montant des engagements donnés sur les droits de diffusion des chaînes s'élèvent à 464,3 M€ au 30 juin 2019.

Au 30 juin 2019, les engagements donnés par le groupe s'élèvent à 618,1 M€ contre 755,8 M€ au 31 décembre 2018.

Cette diminution des engagements donnés (-137,7 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- la baisse de 55,9 M€ des engagements sur les baux immobiliers non résiliables, sous l'effet de l'application de la norme IFRS 16 (cf. note 4 - *Changements de méthode*) ;
- les engagements d'achats de droits et engagements de coproductions nets des avances versées ont diminué de 84,9 M€ par rapport au 31 décembre 2018 ; cette baisse est principalement liée aux achats de droits output deal.

Au 30 juin 2019, les engagements reçus par le groupe s'élèvent à 211,9 M€ contre 270,7 M€ au 31 décembre 2018.

Cette diminution des engagements reçus (-58,9 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- la baisse des contrats de distribution du Groupe avec ses principaux partenaires distributeurs, Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Groupe Canal+ et Orange, renouvelés en 2018 (-43,5 M€) ;
- l'arrêt de l'engagement reçu d'Orange au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque « M6 Mobile » (-9,4 M€) ;
- la baisse de 4,2 M€ des engagements de ventes de droits.

24. 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 2018.

25. Événements post clôture

- Le 17 juillet 2019, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donné son agrément à l'opération de rachat de la chaîne Gulli par le Groupe M6.

Toutes les conditions suspensives sont à présent levées pour l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère (hors Mezzo), par le Groupe M6.

La transaction sera effective en date du 2 septembre 2019.

- Par ailleurs, le 18 juillet 2019, RTL Group a annoncé la création d'un laboratoire européen de création de formats, intitulé « *Format Creation Group (FC Group)* ». Ce laboratoire de création de nouveaux programmes de flux et de divertissement, développés exclusivement pour les diffuseurs et les plateformes de streaming de RTL Group, va proposer des contenus (émissions ou fictions) pouvant être diffusés dans plusieurs pays. Il sera financé conjointement par les principaux diffuseurs de RTL Group, dont le Groupe M6.
- Le 24 juillet 2019, Métropole Télévision a finalisé un emprunt de 75,0 M€ auprès d'investisseurs européens, destiné à financer pour partie l'acquisition du pôle télévision du groupe Lagardère.

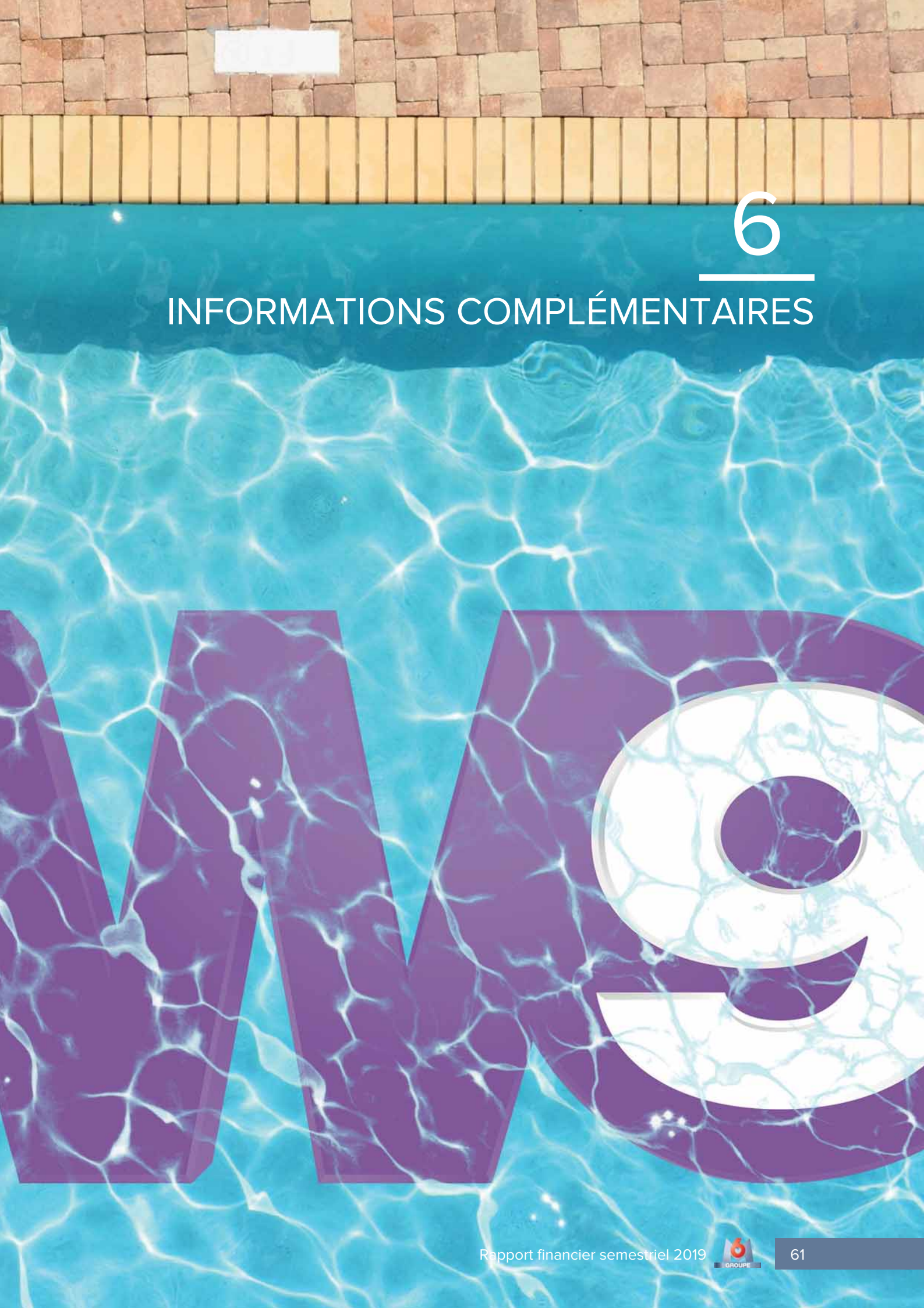
Ce placement privé de type *Schuldschein*, à échéance juillet 2026, a été émis pour partie à taux fixe (1,0 %) et pour partie à taux variable (1,0 % à la date des comptes semestriels).

Par ailleurs, deux des trois lignes de crédits bancaires renouvelables mises en place par le Groupe ont été prolongées de 2 ans (jusqu'en 2024) et leur montant majoré de 20 M€ chacune.

Le Groupe dispose ainsi aujourd'hui de trois lignes de crédits bancaires renouvelables pour un montant total de 160 M€ (dont 100 M€ à échéance 2022 et 60 M€ à échéance 2024).

- Le 24 juillet 2019, M6 Interactions a cédé sa participation de 49 % dans 6&7. Cette transaction ne nécessite pas d'ajustement sur les comptes consolidés du Groupe au 30 juin 2019.

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2019 susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité et le patrimoine de la société et du groupe.



6

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

W9

6.1 PROJET DE RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

PricewaterhouseCoopers Audit

63 rue de Villiers

92208 Neuilly-sur-Seine

ERNST & YOUNG et Autres

Tour First - TSA 144444

92037 Paris - La Défense Cedex

Métropole Télévision

Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2019

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés de la société Métropole Télévision, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2019, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés condensés ont été établis sous la responsabilité de votre directoire. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés condensés avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 4 de l'annexe aux comptes semestriels consolidés condensés qui mentionne les impacts de la première application de la norme IFRS 16 « Contrats de location ».

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés condensés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 31 juillet 2019

Les Commissaires aux Comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

Pierre Marty

ERNST & YOUNG et Autres

Bruno Bizet

6.2 ATTESTATION DU RESPONSABLE

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes consolidés condensés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité ci-joint présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Fait à Neuilly-sur-Seine le 30 juillet 2019

Nicolas de Tavernost

Président du Directoire

Conception & Réalisation : Pomelo-Paradigm

www.pomelo-paradigm.com/domus

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

Fax : 01 41 92 66 10

Internet : www.groupem6.fr

339 012 452 RCS Nanterre

Siret : 339 012 452 00084

APE : 6020 A



CONTINUONS DE GRANDIR ENSEMBLE



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 avenue Charles de Gaulle - 92200 Neuilly-sur-Seine
T/ 01 41 92 66 66 - www.groupem6.fr