



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL **30 JUIN 2020** **MÉTROPOLE TÉLÉVISION**



CONTINUONS DE GRANDIR ENSEMBLE

1. PRÉSENTATION DU GROUPE

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 1 ^{er} semestre 2020	14
1.5. Facteurs de risques et leur gestion	15
1.6. Effectifs	16

2. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

2.1. Conseil de Surveillance	18
2.2. Directoire	18

3. CAPITAL ET COURS DE BOURSE

19

4. RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

21

4.1. État du résultat global consolidé	22
4.2. État de la situation financière consolidée	25
4.3. Tableau de trésorerie consolidé	26
4.4. Parties liées	27
4.5. Événements post-clôture	27

5. COMPTES ET ANNEXES 2020

28

5.1. États Financiers consolidés condensés au 30/06/2020	29
5.2. Annexe aux comptes consolidés condensés	35

6. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

57

6.1. Rapport des commissaires aux comptes	58
6.2. Attestation du responsable	59





RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

Semestre clos le 30 juin 2020

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 13 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 services 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 2020, 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

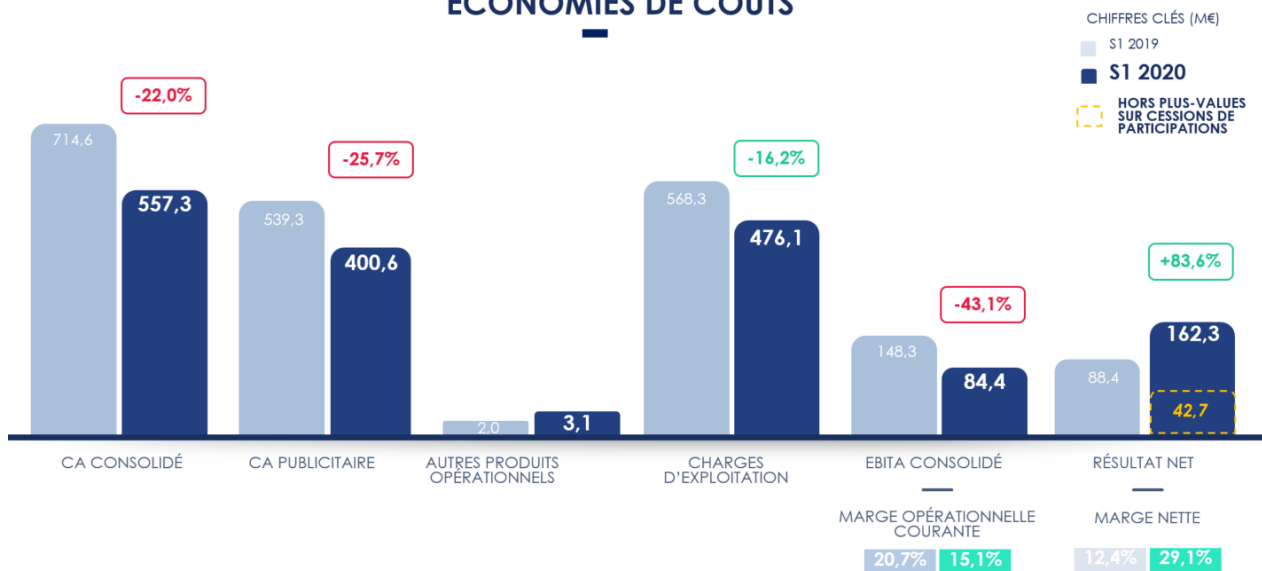
PRÉSENTATION DU GROUPE



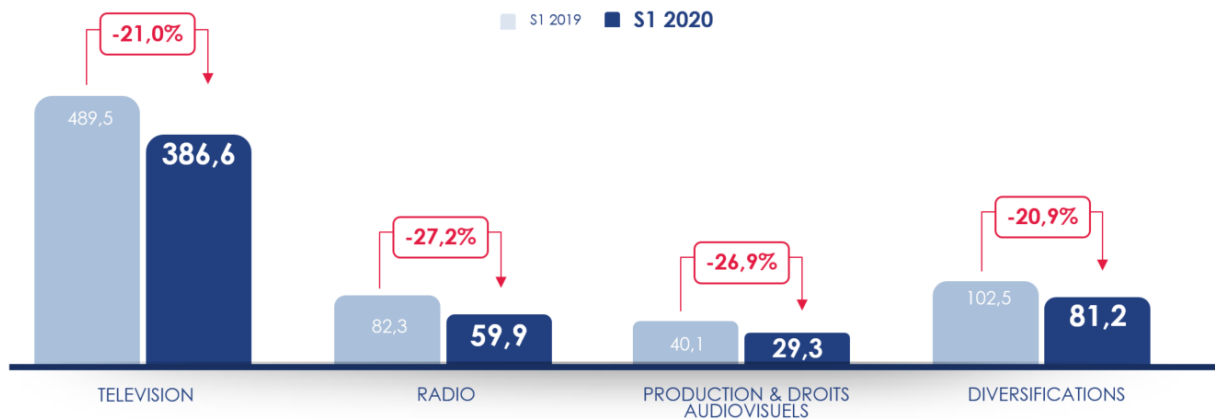
1.1 CHIFFRES CLÉS

Au 1^{er} semestre 2020, le confinement de la population, pour endiguer l'épidémie de Covid-19, et l'arrêt quasi-intégral de l'économie française ont affecté très sévèrement les différentes activités du Groupe.

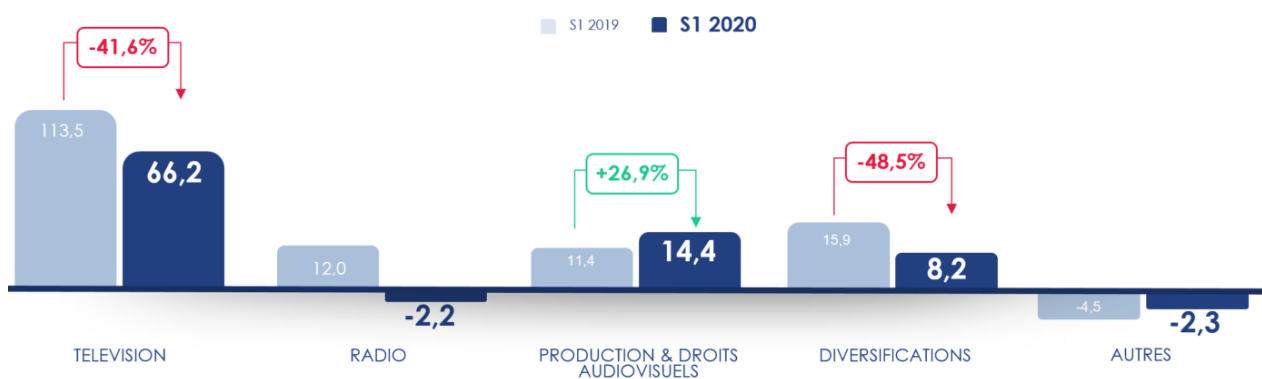
59% DE LA BAISSÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES COMPENSÉE PAR DES ÉCONOMIES DE COÛTS



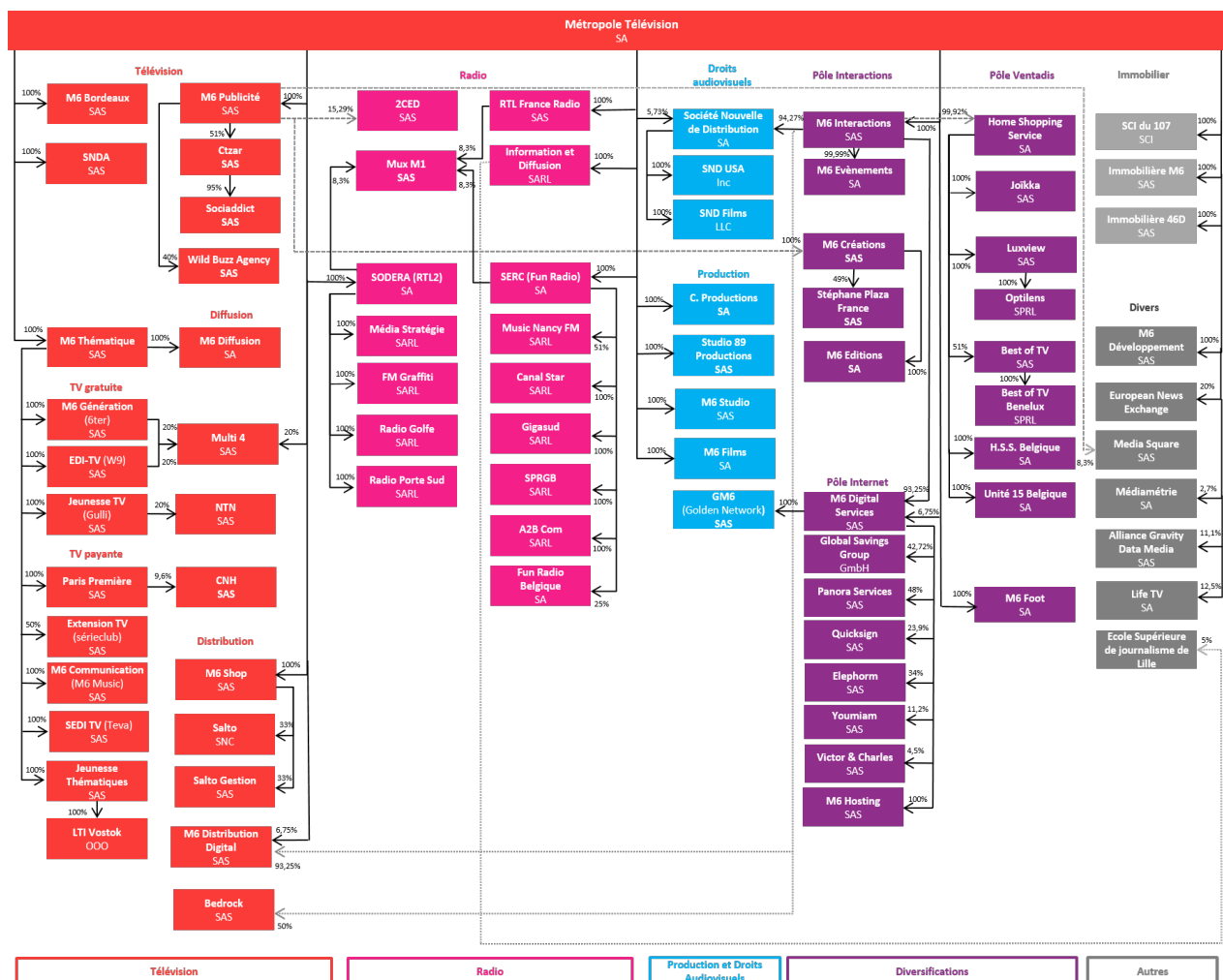
EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT



EVOLUTION DE L'EBITA PAR SEGMENT



1.2 ORGANIGRAMME



Le 15 janvier 2020, M6 Digital Services a cédé sa participation dans GLHF.

Le 13 mars 2020, la participation de M6 Digital Services dans Youmiam est passée de 8,8 % à 11,2 %.

Le 23 mars, le rapprochement entre iGraal et le groupe allemand Global Savings Group a été finalisé. L'opération, qui

prend la forme d'une cession partielle en numéraire et d'un échange d'actions, permet au Groupe M6, via sa filiale M6 Digital Services, d'acquérir une participation de 42,72 % au capital de Global Savings Group.

Le 10 avril, le Groupe M6, via les participations de M6 Interactions et Métropole Télévision, a cédé 50 % du capital de Bedrock à RTL Group.

1.3 DONNÉES SUR LES PRINCIPAUX MARCHÉS ET ACTIVITÉS DU GROUPE



1.3.1 Télévision

DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE

Depuis le début de l'épidémie de Covid-19, les Français passent plus de temps devant la télévision. La Durée d'Écoute Individuelle (sur les 4 ans et plus) au 1^{er} semestre 2020 progresse ainsi de + 27 minutes (+ 13 %) sur un an à 3 heures et 56 minutes¹ en moyenne chaque jour, atteignant même 4 heures et 34 minutes sur toute la durée du confinement (+ 56 minutes), soit son plus haut niveau historique. Média d'écoute conjointe par excellence, la Télévision bénéficie de sa faculté à rassembler les Français, d'autant plus recherchée dans les périodes difficiles.

La Télévision renforce ainsi son statut de média le plus puissant, devançant très largement les autres supports de vidéo. En effet, la Durée d'Écoute Individuelle (sur les 15 ans et plus) des plateformes SVOD ne s'élève qu'à 14 minutes en moyenne chaque jour au 1^{er} semestre 2020.

AUDIENCES

Marché TV

Au 1^{er} semestre 2020, les six chaînes historiques gagnent des parts de marché, avec 58,7 %² de part d'audience (4 ans et plus) contre 58,4 % au 1^{er} semestre 2019.

Les chaînes de l'offre en clair de la TNT représentent 31,2 % de part d'audience au 1^{er} semestre 2020, contre 31,3 % au 1^{er} semestre 2019, soit une part de marché globalement stable sur un an.

1 Source : Médiamétrie

2 Source : Médiamétrie

Part d'audience nationale 4 ans et plus¹ :

En %	S1 2020	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015
M6	8,9%	8,8 %	9,1 %	9,5 %	10,1 %	9,8 %
TF1	19,1%	19,4 %	20,1 %	19,9 %	20,8 %	21,6 %
France 2	14,1%	13,6 %	13,2 %	12,6 %	13,5 %	14,2 %
France 3	9,1%	9,1 %	9,5 %	8,7 %	8,9 %	9,0 %
Canal+	1,3%	1,3 %	1,3 %	1,1 %	2,1 %	2,9 %
France 5	3,6%	3,7 %	3,6 %	3,7 %	3,4 %	3,4 %
Arte	2,8%	2,5 %	2,4 %	2,1 %	2,3 %	2,2 %
TOTAL Part d'audience chaînes historiques	58,7%	58,4 %	59,1 %	57,6 %	61,2 %	63,0 %
W9	2,7%	2,6 %	2,7 %	2,7 %	2,4 %	2,6 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1ère génération *	21,6%	21,6 %	21,3 %	23,5 %	21,5 %	21,5 %
6ter	1,7%	1,8 %	1,6 %	1,6 %	1,3 %	1,0 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2ème génération	9,6%	9,7 %	9,2 %	8,9 %	7,2 %	5,2 %
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	10,1%	10,3 %	10,4 %	10,0 %	10,1 %	10,3 %
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 0,6 point de part d'audience et les chaînes de la TNT 1^{ère} génération retrouvent leur niveau de 2018 (-0,3 point en un an). Ce recul se fait au bénéfice des chaînes de la TNT 2^{ème} génération et des chaînes du câble et du satellite qui progressent respectivement de +0,4 point et +0,5 point.

Part d'audience nationale FRDA-50² :

En %	S1 2020	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015
M6	14,1%	14,3 %	14,6 %	15,2 %	15,8 %	14,9 %
TF1	21,5%	22,0 %	22,3 %	21,9 %	22,5 %	23,6 %
France 2	8,5%	8,4 %	8,4 %	8,1 %	8,6 %	9,9 %
France 3	3,4%	3,5 %	4,2 %	3,5 %	3,7 %	3,9 %
Canal+	1,3%	1,1 %	1,0 %	0,8 %	1,9 %	2,7 %
France 5	1,8%	1,9 %	2,1 %	2,1 %	2,0 %	2,0 %
Arte	1,2%	1,0 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %	1,0 %
TOTAL Part d'audience chaînes historiques	51,6%	52,2 %	53,6 %	52,4 %	55,4 %	57,9 %
W9	3,9%	4,0 %	3,9 %	4,1 %	3,7 %	3,7 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1ère génération *	25,7%	26,0 %	25,6 %	28,2 %	26,4 %	25,2 %
6ter	2,8%	2,8 %	2,6 %	2,5 %	2,2 %	1,9 %
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2ème génération	10,7%	10,3 %	9,6 %	9,1 %	8,1 %	6,8 %
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	12,0%	11,5 %	11,2 %	10,3 %	10,1 %	10,1 %
TOTAL	100%	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

* y compris Franceinfo et LCI depuis 2017

Source : Médiamétrie

Performance d'audience des chaînes du Groupe

Avec l'acquisition des chaînes Jeunesse, le Groupe M6 n'a jamais été aussi puissant. Au 1^{er} semestre 2020, les 4 chaînes en clair du Groupe atteignent 14,5 % de part d'audience auprès de l'ensemble du public et 22,5%³ auprès des femmes responsables des achats âgées de moins de 50 ans, soit les meilleurs niveaux historiques pour le Groupe.

M6

La chaîne M6 conserve son rang de 2^{ème} chaîne nationale auprès de la cible commerciale sur l'ensemble de la journée, avec une part d'audience de 14,1 %.

Avec 2,9 M de téléspectateurs en moyenne, M6 délivre au 1^{er} semestre 2020 une solide performance sur le créneau horaire stratégique de l'avant-soirée et de la soirée (19h45-22h30), à un bon niveau sur les FRDA-50 (18 % de part d'audience).

Certaines de ses grandes marques progressent encore, à l'image de *Top Chef* (4,0 M de téléspectateurs, meilleure saison historique sur les -50 ans avec 26 % de part d'audience),

1 Source : Médiamétrie

2 Source : Médiamétrie

3 Source : Médiamétrie

Mariés au premier regard (3,0 M de téléspectateurs, meilleure saison historique auprès des FRDA-50 avec 26 % de part d'audience), *Pékin Express* (3,2 M de téléspectateurs, meilleure saison en audience depuis 8 ans) et *E=M6* (2,9 M de téléspectateurs, meilleure saison auprès des -50 ans depuis 15 ans avec 19 % de part d'audience).

Dans le contexte exceptionnel de la crise sanitaire, le 1^{er} semestre a également été marqué par les niveaux records des programmes d'information de la chaîne M6. Avec 3,2 M de téléspectateurs en moyenne chaque soir, *Le 19 45* atteint 20 % de part d'audience auprès des -50 ans, soit son plus haut niveau depuis 8 ans. *Le 12 45* réalise pour sa part son meilleur 1^{er} semestre historique en audience, avec 1,6 M de téléspectateurs en moyenne chaque jour à l'heure du déjeuner. Très plébiscités, les journaux télévisés de la chaîne ont enregistré une progression de +40 % en audience de la mi-mars à la fin du mois de juin (par rapport à la même période l'an dernier).

Enfin, la chaîne M6 a confirmé sa capacité d'innovation en lançant de nouveaux programmes au cours du 1^{er} semestre. En prime-time, *Qui veut être mon associé* a ainsi été très performant auprès des jeunes en début d'année, avec une part d'audience de 25 % sur les 25-34 ans. *Why women kill* a réalisé le meilleur bilan en audience pour une série américaine sur M6 depuis 2006, avec 4,5 M de téléspectateurs en moyenne le jeudi soir (33 % de part d'audience auprès des FRDA-50). Lancé pendant le confinement sur un format inédit, *Tous en cuisine en direct avec Cyril Lignac*, a connu un franc succès, avec 2,0 M de téléspectateurs en moyenne chaque soir. Il s'agit du record d'audience pour la case de 19h sur M6 depuis 7 ans.

W9

Sur le 1^{er} semestre 2020, W9 se classe 2^{ème} chaîne TNT auprès des FRDA-50 sur l'ensemble de la journée (3,9 % de part d'audience, en légère baisse de - 0,1 point sur un an). La chaîne reste en outre 3^{ème} chaîne TNT auprès de l'ensemble du public, progressant légèrement de + 0,1 point à 2,7 % de part d'audience.

La chaîne propose notamment l'offre de télé-réalité la plus puissante de la télévision, rassemblant chaque avant-soirée un public large et jeune. *Les Princes et les Princesses de l'Amour* ont ainsi enregistré leur meilleure saison historique auprès de la cible commerciale, avec une part d'audience de 7,4 %. Toujours très performante, la marque *Les Marseillais*, avec *Les Marseillais aux Caraïbes*, a réalisé la meilleure audience pour un épisode de télé-réalité en access prime-time, avec 1,5 M de téléspectateurs.

Par ailleurs, W9 diffuse les offres de cinéma et de magazine les plus puissantes de la TNT. Outre les marques historiques *Enquête d'action* et *Enquêtes criminelles*, la chaîne a réussi les lancements de *2050 Climat Peut-on encore éviter le pire ?* (1,0 M de téléspectateurs) et de *Complots : Vérités ou mensonges ?* (0,8 M de téléspectateurs). Côté cinéma, le 1^{er} semestre a notamment été marqué par les succès de *Die Hard 4* (2,5 M de téléspectateurs et 13,5 % de part d'audience auprès des FRDA-50, record historique pour W9), *Une journée en enfer* (1,8 M) et *Twilight Chapitre 5* (1,7 M).

6TER

Avec son offre de programmes variée pour l'ensemble de la famille, 6ter conforte sa place de 5^{ème} chaîne TNT toutes générations confondues auprès de la cible commerciale. Sa part d'audience est stable à 2,8 % au 1^{er} semestre 2020.

La chaîne bénéficie notamment du succès de ses productions, à l'image du programme inédit *Les Mamans* qui permet à la chaîne d'être leader TNT HD en access prime-time sur les FRDA-50, avec 3,3 % de part d'audience, et du lancement de *La grande vadrouille de Norbert* grâce auquel 6ter se classe leader TNT HD auprès des FRDA-50 et des -50 ans sur l'ensemble de la soirée.

Le succès de 6ter provient également de son offre puissante de cinéma en soirée. Le 1^{er} semestre a ainsi été marqué par les bonnes performances de *La gloire de mon père* (0,9 M de téléspectateurs), *Pirates des Caraïbes La vengeance de Salazar* (0,9 M), *Braquage à l'italienne* (0,8 M) et *Le Viager* (0,8 M).

GULLI

Première chaîne jeunesse auprès des 4-10 ans et des 4-14 ans, Gulli progresse sur la cible commerciale au 1^{er} semestre 2020. Sa part d'audience gagne + 0,2 point et atteint 1,7 %. Cette performance a été obtenue grâce notamment aux premières synergies éditoriales avec les autres chaînes du Groupe. *En Famille* et *E=M6 Family* (+ 0,4 point sur les FRDA-50), deux marques historiques de M6, ont ainsi boosté leurs cases du mercredi soir et du dimanche soir. La programmation de films familiaux a permis à Gulli de réaliser ses meilleures performances cinéma en soirée depuis 2014 avec *Shrek Il était une fin* (1,0 M de téléspectateurs), *Shrek le troisième* (1,0 M) et *Shrek 2* (0,8 M).

Par ailleurs, Gulli a su adapter son offre de contenus pendant le confinement en proposant le label "Nation apprenante" aux enfants. Diffusés depuis le 30 mars, les programmes *Il était une fois l'homme*, *Il était une fois les découvreurs* et *Trop bien chez toi* ont été vus par près de 16,5 M de 4+, dont près de 3 M de 4-10 ans (soit près de 60 % des 4-10 ans équipés de TV).

Chaînes cab-sat

Au 1^{er} semestre 2020, les chaînes payantes du Groupe M6 consolident leur place parmi les meilleures de l'univers de la télévision payante¹:

- Paris Première signe une performance historique avec une part d'audience record de 0,7 % sur les 4 ans et plus, lui permettant d'accéder au leadership de l'univers payant. La chaîne s'affiche en outre comme le leader des chaînes payantes auprès des CSP+ avec 0,8 % de part d'audience. Paris Première est également la chaîne payante la plus regardée avec près de 13 M de téléspectateurs chaque mois.
- 3^{ème} chaîne payante la plus regardée avec près de 9 M de téléspectateurs chaque mois (+ 40 % en un an), Téva est également leader auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans pour la 19^{ème} vague consécutive avec 0,6 % de part d'audience.
- SérieClub enregistre un record de couverture mensuelle depuis 8 ans avec 5,2 M de téléspectateurs par mois.
- Canal J, la chaîne dédiée aux 7-12 ans, et Tiji, la chaîne destinée aux 3-7 ans, rassemblent chacune 2,8 M de téléspectateurs par mois (+ 0,7 M en un an pour chacune des chaînes).
- MCM, référence de la Pop Culture, réunit chaque mois 2,6 M de téléspectateurs (+0,5 M en un an).

1 Médiamétrie Médiamat Thématik, du 30 décembre 2019 au 14 juin 2020

6PLAY

Le Groupe a continué de renforcer sa présence digitale au 1^{er} semestre 2020, pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation de la télévision.

Relai de la programmation événementielle des chaînes du Groupe, 6play bénéficie également d'une offre de programmes dédiée qui lui permet de soutenir la forte croissance de son audience. La plateforme affiche ainsi une consommation de ses contenus en forte croissance, avec 715 M de vidéos vues au 1^{er} semestre 2020, en progression de +15% sur un an¹, dont +43 % pendant le confinement. Elle réunit en outre 1,2 M d'utilisateurs actifs chaque jour.

Dans le contexte porteur du confinement, 6play a signé son record d'audience historique le 14 avril avec 6,2 M de vidéos vues et plus de 2 M d'utilisateurs actifs.

MARCHÉ PUBLICITAIRE TV

Le 1^{er} semestre 2020 a été marqué par l'épidémie de Covid-19 et la mise à l'arrêt volontaire d'une large partie de l'économie française à partir du 17 mars afin de tenter de la juguler. Selon la note de conjoncture de l'INSEE publiée le 8 juillet, le PIB français aurait chuté de - 17 % sur l'ensemble du 2^{ème} trimestre par rapport au 1^{er} (après - 5,3% au 1^{er} trimestre par rapport au 4^{ème} trimestre 2019). Plus précisément, la perte d'activité

économique par rapport à une situation « normale » aurait été de - 29 % en avril, puis de - 22 % en mai, et se limiterait à - 12 % en juin.

Le marché publicitaire TV, après avoir commencé l'année 2020 dans une relative stabilité, a fortement décroché au mois de mars. L'aggravation de l'épidémie de Covid-19 et la mise en place des mesures de confinement ont conduit les annonceurs à renoncer à de nombreuses campagnes. La tendance est restée très difficile jusqu'à mi-mai. Le marché a ensuite observé une amélioration séquentielle progressive, avec la reprise de la consommation des ménages.

Malgré certaines disparités, la plupart des secteurs annonceurs voient leurs investissements publicitaires diminuer significativement. C'est notamment le cas pour les 5 plus importants secteurs annonceurs : Alimentation et Boissons, Automobile Transport, Distribution, Hygiène Beauté, Banque Assurance.

PERFORMANCE PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES DU GROUPE

Impact Covid-19 : dans un marché publicitaire fortement pénalisé par la baisse brutale de la consommation des ménages liée à la mise en place des mesures de confinement, le pôle Télévision du Groupe M6 enregistre une baisse de - 25,5 % de ses recettes publicitaires (nettes).

¹ Source : Heartbeat

1.3.2 Radio

AUDIENCES

Marché Radio

Médiamétrie, l'institut en charge de la mesure d'audience du média Radio, n'a pas pu réaliser son enquête pendant le confinement. La vague du 2^{ème} trimestre ne porte que sur la période allant du 11 mai au 5 juillet. Par conséquent, il n'est pas possible d'établir une performance d'audience semestrielle comparable à celles des années antérieures. Aussi, dans le tableau ci-après, sont présentés pour 2020 les résultats des deux vagues publiées.

Part d'audience historique 13 ans et + ¹ :

	Mai-Juin 2020	Janvier-Mars 2020	S1 2019	S1 2018	S1 2017	S1 2016	S1 2015
EUROPE 1	4,0	4,5	4,2	5,3	6,1	7,0	7,5
FRANCE INTER (radio publique)	12,4	13,4	12,1	11,0	11,2	10,7	9,3
RMC	6,3	5,9	6,2	6,7	6,8	6,1	6,6
RTL	13,4	13,4	12,1	12,9	12,5	12,5	11,8
FRANCE BLEU (radio publique)	5,2	5,8	6,0	6,2	6,1	6,4	6,6
SUD RADIO	-	-	-	-	-	-	-
Programmes Généralistes	41,2	42,9	40,7	42,1	42,7	42,6	41,8
CHERIE	2,7	2,4	2,1	2,2	2,7	2,5	2,9
FUN RADIO	3,6	2,6	3,5	3,9	3,9	4,1*	4,1
MOUV (radio publique)	0,5	0,5	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1
M RADIO	0,8	0,5	0,8	0,9	0,6	0,6	0,6
NOSTALGIE	4,3	4,8	4,5	4,8	4,1	4,1	3,8
NRJ	5,7	5,6	6,2	5,8	6,2	7,1	7,3
RADIO NOVA	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6
RFM	2,9	3,1	3,1	3,0	2,9	3,2	3,4
RIRE ET CHANSONS	0,9	1,2	1,3	1,3	1,1	1,1	1,2
RTL2	2,6	2,9	2,9	3,0	2,5	2,7	2,7
SKYROCK	3,9	4,0	3,2	3,5	3,5	3,3	3,3
VIRGIN RADIO	1,8	2,0	2,3	2,6	2,7	2,9	2,3
Programmes Musicaux	29,9	29,9	30,8	31,7	31,0	32,1	32,2
FRANCE INFO (radio publique)	4,1	3,3	3,9	3,6	4,0	3,4	3,1
FRANCE MUSIQUE (radio publique)	1,7	1,5	1,3	1,3	1,1	1,3	1,1
FRANCE CULTURE (radio publique)	2,4	2,2	2,2	1,7	1,7	1,4	1,4
RADIO CLASSIQUE	1,6	1,8	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6
Autres stations Thématiques**	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6
Programmes Thématiques	10,5	9,4	9,5	8,8	9,0	8,3	7,8
Couplage Les Indés Radios	11,6	11,2	11,7	11,0	11,1	10,8	11,7
ALOUETTE	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7
Autres stations Locales ***	3,2	2,7	3,3	2,6	2,3	2,5	2,6
Programmes Locaux	15,4	14,4	15,6	14,3	14,1	13,9	15,0
Autres programmes ****	3,0	3,4	3,4	3,0	3,2	2,8	3,1
Total	100%	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

Performance d'audience des stations du Groupe

Les résultats des deux vagues d'audience du 1^{er} semestre 2020 confirment le statut de 1^{er} groupe radio privé de France du pôle RTL Radio.

Sur la vague janvier-mars, il signe la plus forte progression parmi les principaux acteurs du secteur. Sa part d'audience sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus s'accroît ainsi de +0,7 point sur un an et atteint 18,9%.

- RTL, 1^{ère} radio de France (à égalité avec France Inter), voit sa part d'audience augmenter de +1,6 point à 13,4%. La station atteint son plus haut niveau historique toutes vagues confondues.

- RTL2, dont la matinale *Le Double Expresso* réalise sa meilleure performance historique, maintient sa part d'audience à 2,9% sur l'ensemble de la journée.
- Fun Radio réalise une part d'audience de 2,6%, en baisse d'1 point sur un an.

Sur la vague atypique de mai-juin, le pôle RTL Radio atteint une part d'audience de 19,5%. Avec 13,4 % de part d'audience, RTL conserve, seule, le leadership du marché, avec une avance d'1 point sur France Inter.

1 Source : Médiamétrie 126 000, Lundi - Vendredi, 5 h-24 h

MARCHÉ PUBLICITAIRE RADIO ET PERFORMANCE DES STATIONS DU GROUPE

Comme pour le média TV, le marché publicitaire Radio a été marqué, au 1^{er} semestre, par le report de nombreuses campagnes publicitaires, en lien avec la crise sanitaire et les mesures prises pour endiguer l'épidémie de Covid-19 qui ont pesé sur la consommation des ménages.

Sur le semestre, la plupart des secteurs annonceurs voient leurs investissements publicitaires diminuer significativement.

Parmi les principaux secteurs, l'Automobile Transport, la Distribution et la Culture et les Loisirs suivent la tendance générale tandis que les Services et les Télécommunications sont en croissance.

Impact Covid-19 : au 1^{er} semestre 2020, la performance publicitaire des stations RTL, Fun Radio et RTL2 subit la forte dégradation du marché publicitaire radio. Le chiffre d'affaires du pôle Radio s'inscrit ainsi en baisse de - 27,2 % sur un an.

1.3.3 Production et Droits Audiovisuels

PRODUCTION ET DISTRIBUTION CINÉMA

LE MARCHÉ DU CINÉMA EN 2020

Le 1^{er} semestre 2020 a été marqué par la fermeture administrative des salles de cinéma entre le 15 mars et le 21 juin, décidée dans le cadre de la lutte contre l'épidémie de Covid-19. D'après les dernières données disponibles, la fréquentation des salles étaient en baisse de - 35,5 % au 1^{er} trimestre, à 38 millions d'entrées¹.

SND

Impact Covid-19 : les films distribués par SND n'ont cumulé qu'1,6 million d'entrées², contre 4,7 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2019.

SND a seulement pu sortir 3 films, dont *The Gentlemen* (0,6 M d'entrées) et *De Gaulle* (0,7 M d'entrées). Sorti le 4 mars, ce dernier était pourtant sur une tendance favorable jusqu'à la mise en place des mesures sanitaires, réussissant à atteindre 0,6 M d'entrées en seulement 11 jours d'exploitation.

Malgré ces conditions d'exploitation difficiles, SND a fait le choix de ne sortir aucun film directement en vidéo, comme autorisé exceptionnellement par le CNC. Les films du line-up initial sortiront tous en salles, soit au 2^{ème} semestre 2020, soit en 2021.

En outre, dans un contexte d'arrêt des tournages en raison de la crise sanitaire et d'un besoin accru en programmes des chaînes de télévision et des plateformes VOD, le catalogue de films de SND a été surconsommé, permettant de compenser la baisse des ventes de supports physiques en raison de la fermeture des points de vente.

M6 Films

Impact Covid-19 : aucun film financé par la filiale de production cinématographique n'est sorti en salles au 1^{er} semestre 2020 en raison de la fermeture des salles pendant plus de trois mois.

PRODUCTION TV

C. PRODUCTIONS

Lors du 1^{er} semestre 2020, C Productions a produit 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.

1 Source : CNC

2 Source : CBO Box-Office

Impact Covid-19 : la crise sanitaire a eu pour conséquence la réduction du volume de production de magazines.

STUDIO 89

Au 1^{er} semestre 2020, Studio 89 a produit de nombreuses émissions pour M6 (*Incroyables transformations* et *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, *La grande vadrouille de Norbert* pour 6ter).

Impact Covid-19 : le 1^{er} semestre a été marqué par l'interruption des productions du studio pendant plus de deux mois en raison des mesures de restrictions sanitaires. La plupart des tournages ont pu reprendre en juin.

PRODUCTION DIGITALE

GOLDEN NETWORK

Golden Network est un studio de production nouvelle génération pour les diffuseurs TV & les plateformes digitales. Il cumulait plus de 600 millions de vidéos vues par mois sur internet et plus de 200 heures de contenus diffusés en 2019.

Capable de créer des contenus forts et adaptés à leurs audiences, Golden Network est un acteur installé dans la production de séries, de fictions unitaires, d'émissions de divertissement et de documentaires pour une dizaine de partenaires diffuseurs.

Golden Network rassemble également des communautés puissantes sur l'ensemble de ses thématiques éditoriales, notamment autour de ses marques médias leader : Golden Moustache (média digital d'humour le plus connu des hommes de moins de 25 ans), Rose Carpet (2^{ème} média féminin français sur Instagram), WondHer (média sur l'empowerment féminin) et, depuis juin 2018, Golden News, Golden Pop et Golden Food.

Au-delà de la production de contenus, l'expertise de Golden Network s'étend à la représentation de talents digitaux, comme Mister V, EnjoyPhoenix, Horia, Roxane ou Sandrea.

Impact Covid-19 : les tournages ont dû être arrêtés pendant la crise sanitaire. Malgré cette forte contrainte, l'activité de Golden Network a progressé au 1^{er} semestre, grâce notamment à la production de l'émission hebdomadaire *Top départ : lâchez les chevaux !* lors des trois premiers mois de l'année.

1.3.4 Diversifications

VENTE À DISTANCE

Marché du e-commerce

Le bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2020, publié par la Fevad, indique une croissance des ventes sur Internet de + 1,8 % atteignant 25,3 milliards d'euros. Il s'agit de la plus faible hausse jamais observée depuis la création du baromètre. En effet, après deux premiers mois en hausse de +8 %, le mois de mars s'est inscrit en recul de -10,1 %, touché par la crise sanitaire.

Après une baisse brutale sur les deux premières semaines du confinement, la situation s'est redressée en avril, d'après les premiers éléments d'analyse de la Fevad. Les ventes globales ont progressé par paliers successifs, d'abord +25 % au-dessus du niveau pré-confinement puis +40 % sur les 2 dernières semaines de confinement.

Ventadis

Le pôle Ventadis est structuré autour des activités suivantes :

- le téléachat, porté par la filiale Home Shopping Services, sous la marque "M6 Boutique" en France et "La Boutique" en Belgique. Impact Covid-19 : dans un environnement économique fortement dégradé en raison de la crise sanitaire, son niveau d'activité s'inscrit en légère hausse sur les six premiers mois de l'année 2020. En effet, son offre large de produits domestiques a séduit les consommateurs pendant le confinement, lui permettant de résister face à la concurrence forte du e-commerce. Le 1^{er} semestre a ainsi été marqué par le succès des thématiques "cuisine" et "sport". Le Compact Cook et l'Autocuisto ont cumulé plus de 70 000 ventes et la Walk Machine s'est écoulée à plus de 10 000 exemplaires.
- la distribution des meilleurs produits du téléachat en grandes surfaces et distribution spécialisée, via la filiale Best of TV. Impact Covid-19 : après un début d'année en croissance, son niveau d'activité a été fortement impacté par la mise en place du confinement qui a entraîné la fermeture de la plupart des points de vente. La tendance est ensuite redevenue favorable avec la levée progressive des mesures sanitaires.

INTERNET

Marché de la publicité digitale

Dans le contexte de crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19, le marché français de la publicité digitale (search, social, display et autres leviers) a atteint 2 545 M€¹ de chiffre d'affaires net sur le 1^{er} semestre 2020, en baisse de - 8 % par rapport au 1^{er} semestre 2019.

Au sein de ce marché, la publicité digitale « display classique » (bannières, habillages de site...) a généré un chiffre d'affaires net de 170 M€ au 1^{er} semestre 2020, en repli de - 16 %.

M6 Digital Services

M6 Digital Services regroupe les portails thématiques et les services technologiques (hébergement et routage d'e-mails) du Groupe M6.

Impact Covid-19 : l'activité publicitaire des portails ressort en baisse au 1^{er} semestre 2020, en ligne avec son marché (display classique). Cette période a pourtant été marquée par le dynamisme du trafic des sites. CuisineAZ.com s'impose ainsi comme le 2^{ème} acteur de l'univers Cuisine, avec 12,5 millions de visiteurs uniques par mois², en progression de + 67 % sur un an. Le site a notamment bénéficié de son exposition dans l'émission *Tous en cuisine*, présentée par Cyril Lignac pendant le confinement. 3^{ème} de la catégorie Santé/Bien-être, PasseportSanté.net rassemble de son côté 8,7 millions de visiteurs uniques par mois.

Enfin, le premier semestre 2020 a également été marqué par le rapprochement d'iGraal avec la société de couponing allemande Global Savings Group (voir ci-après).

MUSIQUE ET SPECTACLES

Marché de la musique enregistrée

Après une croissance de + 5,4 % en 2019³, tirée par le dynamisme du streaming, le marché de la musique enregistrée est attendu en recul - 21 % en 2020⁴ en raison de la crise sanitaire. En effet, les revenus des modes d'écoute digitaux ne permettront pas d'amortir la forte baisse des ventes de disques, due à la fermeture des magasins et autres lieux ouverts au public.

M6 Interactions

Impact Covid-19 : au 1^{er} semestre 2020, l'activité de M6 Interactions a donc été pénalisée par la crise sanitaire. Son volet musique a souffert de la fermeture des points de vente de disques. Son volet spectacles a, pour sa part, subi la fermeture des salles de spectacle pendant plus de trois mois.

1 Syndicat des Régies Internet, 24^{ème} édition de l'Observatoire de l'e-pub – juillet 2020

2 Source : Médiamétrie (mai 2020)

3 SNEP - Bilan 2019 du marché de la musique enregistrée, février 2020

4 SNEP - juin 2020

1.4 AUTRES FAITS MARQUANTS ET ÉVÉNEMENTS SIGNIFICATIFS SURVENUS AU 1^{ER} SEMESTRE 2020

RAPPROCHEMENT ENTRE IGRAAL ET GLOBAL SAVINGS GROUP

Le 20 mars 2020, le Groupe M6 a finalisé le rapprochement de sa filiale iGraal, leader français du cashback, avec le groupe allemand Global Savings Group, acteur mondial majeur du marketing digital.

Par cette transaction, le Groupe M6 a renforcé sa trésorerie dans une période économique difficile, tout en consolidant sa position sur le marché porteur du marketing à la performance grâce à la constitution d'un groupe international digital leader sur le marché du cashback et du couponing.

L'opération, qui a pris la forme d'une cession partielle en numéraire pour un montant de 35 M€ et d'un échange d'actions, valorise iGraal à 123,5 M€. Elle s'est traduite par la comptabilisation d'une plus-value de cession significative dans les comptes du Groupe.

Le Groupe M6 est ainsi devenu le premier actionnaire de Global Savings Group, avec 42,72 % du capital, et consolide ses résultats par la méthode comptable de mise en équivalence.

OUVERTURE DU CAPITAL DE BEDROCK À RTL GROUP

Le développement de la consommation à la demande (AVOD et SVOD) de vidéos sur tous les écrans constitue une réelle opportunité pour renforcer la puissance des chaînes et marques de télévision. Ces nouveaux usages reposent sur des technologies de pointe qui nécessitent des investissements conséquents mais qui deviennent des actifs stratégiques pour les entreprises qui les maîtrisent.

Le Groupe M6 a, dès 2008, anticipé le besoin et l'importance de ces technologies pour son activité et a développé en interne une expertise autour de sa plateforme de télévision de rattrapage M6 Replay, puis de son service de streaming 6play à partir de 2013.

Cette actif technologique est porté par une filiale à 100% dénommée Bedrock, qui rassemble plus de 200 collaborateurs et développe une plateforme utilisée par 6Play, RTL Belgique, RTL Hongrie et RTL Croatie. Cette plateforme est également utilisée par Salto, la prochaine plateforme SVOD agréant les offres des Groupes TF1, France Télévisions et M6. RTL Pays-Bas utilisera également cette technologie pour la prochaine version de ses services de replay RTL XL et de SVOD Videoland. Bedrock a pour ambition de fournir sa plateforme technologique à d'autres diffuseurs européens, au-delà de RTL Group.

Dans le but de poursuivre son développement et de mutualiser les investissements à l'échelle européenne, le Groupe M6 a finalisé l'ouverture du capital de Bedrock le 10 avril 2020, permettant à RTL Group d'acquérir une participation à hauteur

de 50%. Cette opération s'est traduite par la comptabilisation d'une plus-value dans les comptes du Groupe M6.

Avec cette opération, le Groupe M6 et RTL Group ambitionnent de créer la plateforme technologique de streaming leader en Europe, dont le capital pourrait s'ouvrir à d'autres actionnaires.

PROCÉDURES JUDICIAIRES ET D'ARBITRAGE

Concernant les principales procédures judiciaires et d'arbitrage mentionnées dans le document d'enregistrement universel 2019, les faits suivants sont à noter :

- Les sociétés Métropole Télévision et Molotov avaient conclu à titre expérimental en juin 2015 un accord autorisant Molotov à distribuer sur sa plateforme OTT les chaînes de la TNT en clair ainsi que les chaînes et services thématiques du Groupe M6 pour une durée de deux ans, prenant fin le 31 décembre 2017. À l'échéance de ce contrat, Métropole Télévision et Molotov avaient engagé des discussions pour la distribution des services du Groupe M6 sur la plateforme Molotov sur la base des conditions générales de distribution du Groupe M6. Ces discussions n'ayant pas abouti, l'autorisation concédée à Molotov pour distribuer sur sa plateforme les services de la TNT en clair du Groupe M6 avait pris fin. Molotov ayant poursuivi la distribution de ces services, Métropole Télévision l'avait assignée en contrefaçon et parasitisme le 6 avril 2018 devant le Tribunal de Grande Instance de Paris, en raison de la distribution non-autorisée de ses services de la TNT en clair sur sa plateforme OTT. La société Molotov avait, quant à elle, saisi le 4 avril 2018 le tribunal de commerce de Paris pour contester la licéité de certaines dispositions des conditions générales de distribution des services de la TNT en clair du Groupe M6. Par un jugement en date du 11 février 2019, le tribunal de Commerce de Paris avait jugé cette clause inopposable à Molotov. Le Groupe M6 avait fait appel de ce jugement. La société Molotov avait enfin saisi l'Autorité de la concurrence relativement à des pratiques prétendument mises en œuvre par M6 et qui seraient contraires aux articles L. 420-1 et L. 420-2 du Code de commerce ainsi que des articles 101 et 102 du TFUE. Cette saisine était assortie d'une demande de mesures conservatoires. Par décision en date du 30 avril 2020, l'Autorité de la concurrence a rejeté la saisine et la demande de mesures conservatoires de Molotov qui a fait appel de cette décision. Par ordonnance de référé en date du 10 juillet 2020, le tribunal de commerce de Paris a enjoint au Groupe M6 et à la société Molotov de reprendre leurs négociations relatives à la distribution sur la plateforme Molotov des chaînes de la TNT en clair éditées par le Groupe M6 et de revenir dans leurs relations d'affaires aux conditions contractuelles antérieures du contrat expérimental de distribution de juin 2015 dans l'attente d'une décision au fond. Le Groupe M6 a fait appel de cette ordonnance.

ÉVOLUTIONS LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES

Le Groupe a activement participé aux travaux du ministère de la Culture et du Parlement sur la révision de la loi du 30 septembre 1986 et ses décrets d'application. Dans le cadre de cette réforme, le gouvernement a présenté en décembre 2019 un projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique, qui visait à transposer la directive SMA révisée en 2018 et la directive dite « droit d'auteur » adoptée en 2019, et prévoyait de modifier de manière importante la loi du 30 septembre 1986. L'examen du texte au Parlement a débuté en mars 2020, mais a été interrompu en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19.

Aucun calendrier n'a été fixé pour la reprise des travaux parlementaires sur ce texte mais le gouvernement a annoncé que certaines mesures prévues dans celui-ci seraient prises par ordonnances. Il a ainsi déposé plusieurs amendements au projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et financière (dit « DADDUE ») dans le but d'être habilité à prendre des

ordonnances afin de transposer les directives SMA et droit d'auteur. Ces ordonnances viseraient notamment à imposer des obligations de financement de la création aux services de médias audiovisuels ciblant la France depuis un autre pays membre de l'Union européenne, à renforcer les obligations des plateformes de partage de vidéos en ligne en matière de respect du droit d'auteur, et à instaurer plusieurs obligations relatives à la rémunération des auteurs et artistes-interprètes. Le texte est actuellement examiné au Parlement.

Le Groupe M6 a aussi participé aux travaux du ministère de la Culture sur l'assouplissement de deux décrets d'application de la loi du 30 septembre 1986 relatifs, d'une part à la diffusion des œuvres cinématographiques sur les services de télévision et, d'autre part à la publicité télévisée.

Enfin, le Groupe M6 a été attentif à l'examen au Parlement du 3^{ème} projet de loi de finances rectificative pour 2020. Ce dernier, qui a été adopté, prévoit notamment un mécanisme de soutien aux dépenses de diffusion pour les télévisions locales et les radios, ainsi qu'un dispositif de crédit d'impôt « création » pour les éditeurs de services de télévision, radio et médias audiovisuels à la demande.

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 d'enregistrement universel 2019 enregistré auprès de l'AMF en date du 6 mars 2020 et disponible sur le site www.amf-france.org ainsi que sur le site de la société www.groupem6.fr.

Les risques jugés significatifs et spécifiques au Groupe M6 sont exposés dans le chapitre relatif aux facteurs de risques :

- Risque lié à la baisse des audiences
- Risque d'augmentation du coût des programmes
- Risque lié à la sensibilité à la conjoncture économique
- Risque lié à la baisse des revenus de distribution
- Risques liés à l'interruption du signal des chaînes TV et stations radio du Groupe
- Risques liés aux systèmes d'information
- Risque lié aux autorisations d'émettre
- Risques liés aux évolutions législatives et réglementaires

Le 1^{er} semestre 2020 a été marqué par la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 et ses conséquences sur l'environnement économique. Dans ce contexte, les risques exposés dans le Document d'enregistrement universel 2019 restent valables et leur description n'est pas modifiée. Il y figure notamment celle de la forte sensibilité du Groupe à la conjoncture économique et à la consommation des ménages.

Par ailleurs, 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 2020, 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.

1.5.2 Risques et incertitudes concernant le second semestre

Dans un contexte de rebond économique fragile et incertain depuis la fin du confinement, le Groupe mettra tout en œuvre pour profiter de l'éventuelle poursuite de la relance du marché publicitaire à la rentrée, grâce notamment à une offre de programmes compétitive. Il poursuivra néanmoins ses efforts en matière de gestion des coûts.

En outre, les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité, dont les principes généraux sont

détaillés en note 4 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 2020 ne peut servir de base d'extrapolation pour ce même indicateur sur l'ensemble de l'exercice.

1.6 EFFECTIFS

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

	31 décembre 2019	30 juin 2020
CDI	1 970	1 812
CDD	311	233
TOTAL PERMANENTS	2 281	2 045

Au 30 juin 2020, l'effectif total du Groupe M6 s'élève à 2 194 collaborateurs permanents, contre 2 281 au 31 décembre 2019, dont 1 812 CDI contre 1 970 à fin décembre, la baisse étant principalement liée à la cession d'iGraal et la sortie de Bedrock du périmètre de consolidation.

1.6.2 Répartition des effectifs permanents par pôle

	31 décembre 2019	30 juin 2020
Pôle TV	1 263	1 169
Pôle Radio	413	397
Pôle Production & Droits audiovisuels	210	203
Pôle Diversifications	395	276
TOTAL	2 281	2 045

Par rapport au 31 décembre 2019 :

- La baisse des effectifs du pôle TV (- 94 permanents) s'explique par la sortie de la société Bedrock du périmètre de consolidation (- 53 permanents) et la baisse du nombre de CDD de surcroît d'activité pendant la crise sanitaire.
- La diminution sur le Pôle Diversifications (- 119 permanents) s'explique notamment par la sortie des effectifs d'iGraal (- 88 permanents) et le recul de l'activité économique constatée chez HSS qui a entraîné une optimisation de certains postes (- 14 permanents).

2

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE



2.1 CONSEIL DE SURVEILLANCE

Lors de l'Assemblée Générale du 16 juin 2020, les actionnaires ont ratifié :

- la nomination au Conseil de Surveillance de :
 - Björn Bauer, *CFO* de RTL group ;
 - Siska Ghesquiere, *General Counsel and Head of M&A* de RTL Group.
- le renouvellement des mandats de :
 - Elmar Heggen, *COO* de RTL group ;
 - Mouna Sepehri, membre indépendante, avocate et associée du cabinet de conseil en communication Tilder ;
 - Philippe Delusinne, administrateur délégué de RTL Belgium.

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,
- Marie Cheval, Vice-Présidente, membre indépendant,
- Björn Bauer,
- Sophie de Bourgues, membre représentant les salariés,
- Philippe Delusinne,
- Siska Ghesquiere,
- Nicolas Houzé, membre indépendant,
- Jennifer Mullin,
- Mouna Sepehri, membre indépendant.

Le Conseil de Surveillance est composé à 38 % de membres indépendants et à 50 % de femmes¹, plaçant le Groupe en situation de respect du Code AFEP-MEDEF et 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,
- Björn Bauer,
- Mouna Sepehri.

2.2 DIRECTOIRE

Lors de sa réunion du 28 juillet 2020, le Conseil de Surveillance du Groupe M6 a décidé la nomination de Régis Ravanais au Directoire, en charge des antennes Radio, de la Musique et des Spectacles.

Le Directoire du Groupe M6 est désormais composé de 5 membres :

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

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



3

CAPITAL ET COURS DE BOURSE

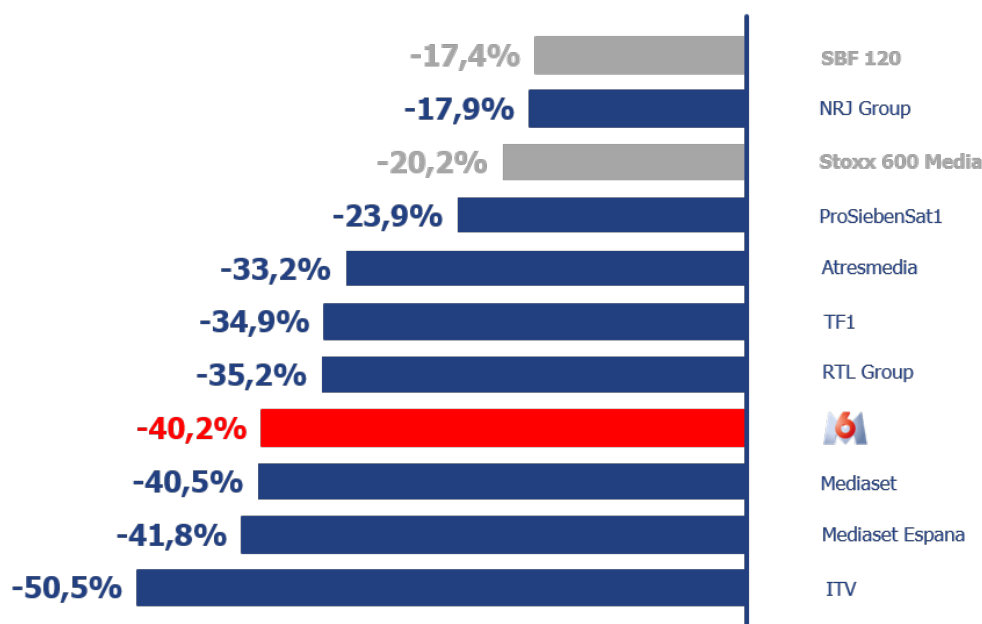
Présentation du titre M6

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 Consumer Discretionary
Code ISIN	Éligibilité au SRD FR0000053225
MNEMO	MMT
Cours de l'action M6 à l'ouverture le 2 janvier 2020	16,94 €
Cours de l'action M6 à la clôture le 30 juin 2020	10,04 €
Plus bas en clôture du 1 ^{er} semestre 2020	8,88 € le 21 mai
Plus haut en clôture du 1 ^{er} semestre 2020	16,97 le 3 janvier
Performance de l'action M6 au 1 ^{er} semestre 2020	- 40,2% ⁽¹⁾
Performance du SBF 120 au 1 ^{er} semestre 2020	- 17,4% ⁽¹⁾
Performance du Stoxx Europe 600 Media ⁽²⁾ au 1 ^{er} semestre 2020	- 20,2% ⁽¹⁾
Capitalisation boursière de M6 au 30 juin 2020	1 269,2 millions d'euros
Échanges moyens quotidiens sur Euronext - action M6	115 359 titres au 1 ^{er} semestre 2020 (contre 102 612 au 1 ^{er} semestre 2019)

⁽¹⁾ Évolution calculée sur la base du dernier cours coté de l'année 2019 et du dernier cours coté du 1^{er} semestre 2020

⁽²⁾ Indice de référence des valeurs media européennes

Évolution boursière comparée du titre M6, des actions de ses pairs européens et des indices SBF 120 et Stoxx Europe 600 Media entre le 1er janvier et le 30 juin 2020 :



Après avoir atteint le 19 février son plus haut niveau depuis juillet 2007, la Bourse de Paris a, comme les autres marchés financiers internationaux, très fortement chuté avec l'aggravation de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19. Ayant atteint un point bas le 18 mars, elle a ensuite entamé un redressement progressif dans le sillage des plans de soutien massifs à l'activité des gouvernements et des grandes banques centrales. Toutefois, toujours marqué par les doutes des investisseurs sur l'évolution de l'épidémie et, ainsi, sur ses impacts sur l'économie mondiale, le SBF 120 reste en baisse de -17,4% à la fin du mois de juin par rapport au début de l'année 2020.

Dans ces conditions de marché défavorables, l'action M6, comme celles de ses pairs européens, a été fortement pénalisée par le décrochage du marché publicitaire depuis le mois de mars, conséquence de la mise en place des mesures de confinement qui ont conduit à l'arrêt brutal de la consommation des ménages.



LE SON POP-ROCK

4

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

4.1 ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

4.1.1 Présentation synthétique

	30/06/2020	30/06/2019	Variation 2020/2019 (M€)
CHIFFRE D'AFFAIRES ¹	557,3	714,6	(157,2)
Revenus publicitaires Groupe	400,6	539,3	(138,7)
- dont revenus publicitaires TV	338,6	454,3	(115,7)
- dont autres revenus publicitaires	62,0	85,0	(23,0)
Revenus non publicitaires Groupe	156,7	175,3	(18,5)
Autres produits opérationnels	3,1	2,0	1,2
TOTAL DES PRODUITS OPÉRATIONNELS	560,5	716,5	(156,1)
Consommations et autres charges opérationnelles	(293,0)	(338,6)	45,6
Charges de personnel (yc participation)	(122,1)	(138,4)	16,3
Impôts, taxes, versements assimilés	(20,7)	(35,5)	14,8
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(40,3)	(55,8)	15,4
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT [EBITA] ²	84,4	148,3	(63,9)
Plus-values sur cessions de participations	120,9	0,4	120,5
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(5,9)	(6,5)	0,6
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL [EBIT]	199,4	142,2	57,2
RÉSULTAT FINANCIER	(2,4)	(2,8)	0,4
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(3,0)	3,1	(6,1)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	194,0	142,5	51,5
Impôt sur le résultat	(31,7)	(53,8)	22,0
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	162,3	88,7	73,5
Profit ou perte après impôt des activités cédées	-	(0,3)	0,3
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	162,3	88,4	73,9
Attribuable au Groupe	162,3	88,4	73,9
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	-	-	-
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE AVANT PLUS-VALUES SUR CESSIONS DE PARTICIPATIONS	42,7	88,0	(45,3)

Le confinement de la population et l'arrêt quasi-intégral de l'économie française ont affecté très sévèrement les différentes activités du Groupe. A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2020, le Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé de 557,3 M€, en baisse de - 22,0% (- 157,2 M€) sur un an :

- Les recettes publicitaires plurimedia, qui incluent les revenus du pôle Jeunesse, intégré depuis septembre 2019, sont en repli de -25,7%, conséquence de l'arrêt brutal de la consommation des ménages pendant le confinement et de la reprise économique progressive qui en a découlé.
- Les revenus non-publicitaires sont en recul de - 10,6 % (- 18,5 M€), en raison essentiellement des effets de base négatifs liés à la déconsolidation d'iGraal (-9,5 M€), cédé en mars, et à l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange (-9,4 M€) à la fin du mois de juin 2019. En effet, alors que le téléachat fait preuve de résilience depuis le déclenchement de la crise sanitaire, la baisse des recettes de l'activité cinéma est compensée par l'intégration du pôle Jeunesse.

Dans ce contexte, le Groupe a su adapter très rapidement son niveau de charges d'exploitation, réalisant 92,2 M€ d'économies, dont 49,1 M€ sur les programmes et 43,1 M€ sur

les autres coûts, réussissant ainsi à compenser 59% de la baisse de ses revenus par des économies de coûts et démontrant de nouveau son agilité. Par conséquent, le résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé atteint 84,4 M€, contre 148,3 M€ au 1^{er} semestre 2019, soit une baisse de -63,9 M€ et une marge opérationnelle de 15,1%.

Par ailleurs, au cours de ce semestre agité, le Groupe a mené à terme deux opérations structurantes : d'une part le rapprochement d'iGraal avec Global Savings Group, qui renforce son orientation sur le marketing digital en devenant le 1^{er} actionnaire de la nouvelle structure, et, d'autre part, l'ouverture du capital de sa filiale technologique Bedrock à RTL Group, pour accélérer sa capacité d'innovation dans le streaming pour la télévision non-linéaire du futur. Ces deux opérations dégagent 119,6 M€ de plus-values sur le semestre. Le résultat net part du Groupe de la période progresse ainsi fortement et atteint 162,3 M€ (+73,9 M€). La marge nette s'élève à 29,1%.

Hors plus-values sur cessions de participations, le résultat net s'élève à 42,7 M€, en recul de -45,3 M€, soit -51,5%, reflétant la performance économique réelle du Groupe dans le contexte de crise liée à l'épidémie de Covid-19.

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 d'une part le chiffre d'affaires publicitaire TV (les recettes publicitaires des chaînes de télévision en clair M6, W9, 6ter et Gulli et des plateformes 6play et Gulli Replay, et la part publicitaire des recettes des chaînes payantes), et d'autre part 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 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 des plus-values sur cessions de filiales.

Par segment, les évolutions sont les suivantes :

En M€	1 ^{er} trimestre			2 ^{ème} trimestre			1 ^{er} semestre		
	2020	2019	%	2020	2019	%	2020	2019	%
TV	228,9	238,6	-4,1 %	157,7	250,9	-37,1 %	386,6	489,5	-21,0 %
Radio	31,5	35,5	-11,2 %	28,4	46,8	-39,2 %	59,9	82,3	-27,2 %
Production & Droits audiovisuels	15,9	19,7	-19,5 %	13,4	20,4	-34,2 %	29,3	40,1	-26,9 %
Diversifications	44,9	51,9	-13,5 %	36,3	50,7	-28,4 %	81,2	102,5	-20,9 %
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,3	0,1	n.a	0,4	0,2	n.a
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	321,3	345,7	-7,1 %	236,0	368,8	-36,0 %	557,3	714,6	-22,0 %
TV							66,2	113,5	-41,6 %
Radio							-2,2	12,0	n.a
Production & Droits audiovisuels							14,4	11,4	+26,9 %
Diversifications							8,2	15,9	-48,5 %
Résultats non affectés							- 2,3	- 4,5	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	45,6	64,2	-29,0%	38,8	84,1	-53,9%	84,4	148,3	-43,1 %
Marge opérationnelle	14,2 %	18,6 %		16,4 %	22,8 %		15,1 %	20,7 %	

La baisse du chiffre d'affaires touche les deux trimestres alors que le plan d'économies concerne principalement le 2^{ème} trimestre, expliquant l'amélioration de la marge opérationnelle.

4.1.2 La télévision

En M€	30/06/2020			30/06/2019			Variation 2020/2019		
	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	392,8	386,6	66,2	493,3	489,5	113,5	(100,6)	(102,9)	(47,2)

Le marché publicitaire TV, après avoir commencé l'année 2020 dans une relative stabilité, a fortement décroché au mois de mars. L'aggravation de l'épidémie de Covid-19 et la mise en place des mesures de confinement ont conduit les annonceurs à renoncer à de nombreuses campagnes. La tendance est restée très difficile jusqu'à mi-mai. Le marché a ensuite observé une amélioration séquentielle progressive, avec la reprise de la consommation des ménages.

Dans ce contexte exceptionnel, le chiffre d'affaires publicitaire TV s'inscrit en baisse de - 25,5 % sur le semestre (- 28,1 % à périmètre constant), dont - 41,7 % au 2^{ème} trimestre (- 43,6 % à périmètre constant).

Le coût de grille TV atteint 192,8 M€, contre 241,9 M€ au 1^{er} semestre 2019. Face au repli historique du marché publicitaire, le Groupe M6 est donc parvenu à économiser 49,1 M€, tout en maintenant le niveau de qualité de ses contenus. Grâce à la réactivité et à la créativité de ses équipes, il a su rapidement aménager son offre de programmes en puisant notamment dans ses catalogues de films ou en lançant de nouveaux programmes adaptés, à l'image du succès de *Tous en cuisine*.

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 66,2 M€ à l'EBITA consolidé, contre 113,5 M€ au 1^{er} semestre 2019. La marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe se maintient à un niveau élevé, à 17,1%.

4.1.3 La radio

En M€	30/06/2020			30/06/2019			Variation 2020/2019		
	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	60,3	59,9	(2,2)	83,7	82,3	12,0	(23,4)	(22,4)	(14,2)

Après un début d'année en légère hausse, le marché publicitaire Radio a fortement reculé à partir du mois de mars en raison de la baisse brutale de la consommation des ménages liée à la mise en place des mesures de confinement. Dans ce contexte, le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 59,9 M€, en recul de - 27,2 % par rapport au 1^{er} trimestre 2019.

L'EBITA atteint -2,2 M€, contre 12,0 M€ au 1^{er} semestre 2019, reflétant la baisse de l'activité publicitaire.

4.1.4 La production et les droits audiovisuels

En M€	30/06/2020			30/06/2019			Variation 2020/2019		
	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	70,9	29,3	14,4	80,3	40,1	11,4	(9,5)	(10,8)	3,1

Au 1^{er} semestre 2020, le chiffre d'affaires de l'activité Production et Droits audiovisuels s'élève à 29,3 M€, en baisse de -26,9% sur un an, en raison essentiellement de la fermeture des salles de cinéma entre le 15 mars et le 21 juin dans le cadre de la lutte contre l'épidémie de Covid-19. Les films distribués par SND n'atteignent ainsi qu'1,6 M d'entrées au 1^{er} semestre 2020, contre 4,7 M sur la même période l'an dernier.

En revanche, l'EBITA du pôle progresse de +3,1 M€, atteignant 14,5 M€, en raison de la très forte croissance des ventes de films de catalogue, tant au Groupe qu'à ses clients externes.

4.1.5 Les diversifications

En M€	30/06/2020			30/06/2019			Variation 2020/2019		
	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	81,4	81,2	8,2	102,9	102,5	15,9	(21,5)	(21,4)	(-7,7)

Au 1^{er} semestre 2020, le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 81,2 M€, en recul de -21,4 M€ dont -18,9 M€ expliqués par des effets de base négatifs liés à la déconsolidation d'iGraal (-9,5 M€) et à l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange (-9,4 M€).

L'EBITA des Diversifications atteint 8,2 M€, contre 15,9 M€ au 1^{er} semestre 2019. Cette baisse de -7,7 M€ s'explique essentiellement par l'absence de contribution du contrat M6 mobile by Orange (-9,4 M€) et le redressement du pôle Ventadis.

En conséquence, sur le périmètre des activités poursuivies, les revenus s'inscrivent en légère baisse de - 2,5 M€ (- 3,0 %) alors que l'EBITA progresse de + 3,4 M€ (+ 93,8 %).

- Parmi les activités de Ventadis, Home Shopping Service (téléachat) s'est distingué grâce à son offre large de produits domestiques, qui a séduit un plus grand nombre de téléspectateurs pendant le confinement alors que Best of TV a été pénalisé par la fermeture de ses points de vente.
- Pendant la crise sanitaire, M6 Digital Services a vu le trafic de ses sites internet augmenter significativement, à l'image de CuisineAZ.com, désormais 2^{ème} acteur de l'univers Cuisine, avec 12,5 millions de visiteurs uniques par mois (+67% sur un an). Toutefois, les recettes publicitaires digitales ont subi la dégradation de la situation économique.

4.2 ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉE

En M€	30/06/2020	31/12/2019	Variation 2020 / 2019 (M€)
Goodwill	356,0	366,5	(10,5)
Actif non courant	471,9	386,1	85,8
Actif courant	792,0	859,6	(67,5)
Trésorerie	295,9	45,9	250,0
Actifs détenus en vue de la vente ⁽¹⁾	-	49,2	(49,2)
TOTAL ACTIF	1 915,8	1 707,3	208,5
Capitaux propres part du groupe	941,2	772,9	168,3
Intérêts non-contrôlants	-	-	-
Passif non courant	232,9	234,9	(2,0)
Passif courant	741,7	669,7	72,0
Passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente ⁽¹⁾	-	29,8	(29,8)
TOTAL PASSIF	1 915,8	1 707,3	208,5

⁽¹⁾ Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les passifs de la société iGraal sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 31 décembre 2019 comme des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente"

Au 30 juin 2020, le total bilan s'établit à 1 915,8 M€ en augmentation de + 208,5 M€ (+ 12,2 %) par rapport au 31 décembre 2019.

Les actifs non courants (y compris les goodwill) s'élèvent à 827,9 M€, contre 752,6 M€ au 31 décembre 2019.

Cette hausse de + 75,3 M€ reflète principalement :

- l'augmentation de + 107,0 M€ au titre des participations dans les coentreprises et les entreprises associées (Global Savings Group et Bedrock notamment) ;
- la diminution des droits audiovisuels, des autres immobilisations incorporelles et des Goodwill (- 29,5 M€).

Hors trésorerie et équivalents de trésorerie, les actifs courants sont en baisse de - 67,5 M€. Cette variation s'explique principalement par la baisse des créances clients nettes de - 103,5 M€, reflétant principalement la baisse d'activité liée à la cise du Covid-19, partiellement compensée par la hausse des autres actifs financiers courants de + 19,0 M€.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 295,9 M€, en forte hausse de + 250,0 M€ par rapport au 31 décembre 2019.

Au passif du bilan, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 941,2 M€.

Leur variation par rapport à la clôture 2019 (+ 168,3 M€) s'explique principalement par le résultat net part du Groupe du 1^{er} semestre 2020 pour + 162,3 M€.

Les autres éléments composant le passif (passifs courants et non courants) s'établissent à 974,6 M€, contre 904,6 M€ au 31 décembre 2019.

Cette progression de + 70,0 M€ reflète à la fois :

- l'augmentation des dettes financières courantes (+ 156,0 M€), le Groupe ayant mobilisé des lignes de financement bancaires (+180 M€) par prudence dès le début de la crise du Covid-19 ;
- la baisse des dettes fournisseurs et des dettes fiscales et sociales (- 68,0 M€).

4.3 TABLEAU DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

En M€	30/06/2020	30/06/2019	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	120,0	204,9	(85,0)
Variation de BFR d'exploitation	36,2	(45,1)	81,4
Impôt	(42,6)	(42,4)	(0,3)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	113,5	117,4	(3,8)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(3,6)	(43,3)	39,7
Éléments récurrents	(30,6)	(42,8)	12,2
Éléments non récurrents	27,1	(0,5)	27,6
Flux de trésorerie des activités de financement	140,3	(130,2)	270,5
Distribution de dividendes	-	(125,8)	125,8
Opérations sur le capital	(4,0)	0,0	(4,0)
Financement	155,0	-	155,0
Remboursement des dettes locatives	(3,5)	(3,9)	0,4
Autres	(7,2)	(0,5)	(6,7)
Effet des écarts de conversion de trésorerie	(0,2)	0,0	(0,3)
Variation globale de trésorerie	250,0	(56,1)	
Trésorerie à l'ouverture	45,9	132,8	(86,9)
Trésorerie à la clôture	295,9	76,8	219,1
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>1,9</i>	<i>39,4</i>	<i>(37,5)</i>

Concernant les flux de trésorerie du semestre, la crise du COVID a imposé au groupe de prendre des mesures exceptionnelles, auxquelles s'est ajouté un encaissement non récurrent au titre de l'opération de rapprochement de notre filiale iGraal avec le groupe allemand GSG, réalisée en mars 2020.

La variation globale de trésorerie avant effet des écarts de conversion s'analyse comme ci-dessous :

	30/06/2020	30/06/2019
Flux nets des activités courantes	68,2	70,2
Flux hors activités courantes	182,1	(126,3)
Variation totale	250,3	(56,1)

Retraités des tirages de précaution des lignes bancaires, des dividendes et de la cession partielle de iGraal, les flux de trésorerie opérationnels nets des activités courantes du premier semestre 2020 s'élèvent à + 68,2M€ en 2020 contre + 70,2M€ en 2019.

	30/06/2020	30/06/2019
Flux des activités opérationnelles	113,5	117,4
Flux d'investissements courants	(30,6)	(42,8)
Financement des coentreprises	(7,2)	(0,5)
Remboursement des dettes locatives	(3,5)	(3,9)
Opération sur le capital (Actions de performance)	(4,0)	0,0
Flux nets des activités courantes	68,2	70,2

Cette stabilité s'explique par :

- un recul de - 3,9 M€ des flux des activités opérationnelles, qui s'élèvent à 113,5 M€ contre 117,4 M€ en 2019. Ce léger recul reflète :
 - d'une part la diminution significative de la capacité d'autofinancement (- 85,0 M€) en lien avec la baisse du résultat opérationnel courant (- 63,9 M€) et la baisse des amortissements et provisions hors actifs circulants (- 20,5 M€) ;
 - d'autre part une variation positive du besoin en fond de roulement, qui se traduit par une ressource de financement de + 36,2 M€ contre un emploi de - 45,1 M€ en 2019, principalement sous l'effet de la baisse du chiffre d'affaires et des efforts d'encaissement de créances tout au long du semestre.
- une réduction de 12,2 M€ des investissements courants qui s'élèvent à 30,6 M€ en 2020 contre 42,8 M€ en 2019 ;
- une hausse de - 6,7 M€ des financements des investissements dans les coentreprises en 2020 (*Salto et Bedrock*), qui représente un emploi de - 7,2 M€ en 2020 contre - 0,5 M€ en 2019 ;
- une légère baisse des coûts de remboursement des dettes locatives ;
- un achat d'actions sur le marché en vue de la couverture d'une livraison d'actions de performance.

La mobilisation des lignes de financement bancaire dès le mois de mars 2020, l'encaissement du prix de cession des titres iGraal cédés à GSG et la renonciation au versement du dividende ont apporté 182,1 M€ de ressources en 2020 contre un décaissement net de - 126,3 M€ en 2019 au titre des dividendes et investissements non récurrents.

	30/06/2020	30/06/2019
Investissements/désinvestissements non récurrents	27,1	(0,5)
Dividende	-	(125,8)
Financements bancaires	155,0	-
Flux hors activités courantes	182,1	(126,3)

Le groupe a ainsi renforcé sa trésorerie de + 250,3 M€ au cours du semestre, afin de disposer des ressources suffisantes pour aborder le second semestre au cours duquel pèsera le moindre niveau de créances à encaisser en raison de la forte baisse du chiffre d'affaires du second trimestre.

4.4 PARTIES LIÉES

Les informations concernant les transactions réalisées avec les parties liées sont détaillées en note 23 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels résumés.

4.5 ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

Les informations concernant les événements post-clôture sont détaillées en note 23 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels résumés.

5

COMPTES ET ANNEXES 2020

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2020

1. État de la situation financière consolidée	29
2. État du résultat global consolidé	31
3. Tableau de flux de trésorerie consolidés	33
4. État de variation des capitaux propres consolidés	34

5.2 ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS CONDENSÉS

1. Faits marquants du semestre	35
2. Informations sur l'entreprise	35
3. Préparation et présentation des états financiers consolidés	36
4. Saisonnalité	36
5. Regroupements d'entreprises / Évolution du périmètre de consolidation	37
6. Informations sectorielles	37
7. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles	39

8. Rémunérations en actions	40
9. Résultat financier	41
10. Impôt sur le résultat	41
11. Activité cédée	42
12. Résultat par action	43
13. Dividendes	43
14. Immobilisations incorporelles	44
15. Goodwill	45
16. Immobilisations corporelles	48
17. Stocks	49
18. Participations dans les coentreprises et entreprises associées	49
19. Instruments financiers	50
20. Actions composant le capital de Métropole Télévision	54
21. Provisions	54
22. Parties liées	56
23. Événements post clôture	56

5.1 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS CONDENSÉS AU 30/06/2020

1. État de la situation financière consolidée

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2020	31/12/2019
Goodwill	15	356,0	366,5
Droits audiovisuels	14	41,2	45,3
Autres immobilisations incorporelles	14	122,4	137,2
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		519,5	549,0
Terrains	16	19,1	19,1
Constructions	16	55,8	57,6
Droits d'utilisation des actifs loués	16	39,3	38,3
Autres immobilisations corporelles	16	36,6	39,0
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		150,8	153,9
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	19.1	5,5	5,3
Autres actifs financiers non courants	19.1	13,0	6,4
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	18	120,5	13,5
ACTIFS FINANCIERS		139,0	25,2
Actifs d'impôts différés	10	18,6	24,5
ACTIF NON COURANT		827,9	752,6
Stocks de droits de diffusion	17	281,8	280,2
Autres stocks	17	12,9	11,6
Créances clients nettes	19.1	252,7	356,2
Impôts courants		8,0	2,1
Instruments financiers dérivés	19.1	-	0,0
Autres actifs financiers courants	19.1	20,8	1,8
Autres actifs courants	19.1	215,8	207,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	19.1	295,9	45,9
ACTIF COURANT		1 087,9	905,5
Actifs détenus en vue de la vente ⁽¹⁾	11	-	49,2
TOTAL ACTIF		1 915,8	1 707,3

⁽¹⁾ Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les actifs de la société iGaal sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 31 décembre 2019 comme des "actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 11 - Activité cédée).

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2020	31/12/2019
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(12,1)	(12,2)
Réserves consolidées		739,4	563,0
Autres réserves		(6,5)	(8,7)
Résultat part du Groupe		162,3	172,7
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		941,2	772,9
Intérêts non-contrôlants		-	-
CAPITAUX PROPRES	20	941,2	772,9
Provisions	21	43,1	45,0
Dettes financières	19.2	125,4	125,4
Dettes locatives	19.2	35,9	35,1
Autres passifs financiers	19.2	18,6	18,5
Autres dettes	19.2	0,5	0,7
Passifs d'impôts différés		9,4	10,1
PASSIF NON COURANT		232,9	234,9
Provisions	21	38,6	44,0
Dettes financières	19.2	181,7	25,7
Dettes locatives	19.2	7,4	8,0
Instruments financiers dérivés	19.2	0,1	-
Autres passifs financiers	19.2	-	4,2
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	19.2	392,4	423,0
Autres dettes d'exploitation	19.2	18,9	15,1
Impôts courants		0,3	6,5
Dettes fiscales et sociales	19.2	88,5	125,8
Dettes sur immobilisations	19.2	13,9	17,5
PASSIF COURANT		741,7	669,7
Passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente ⁽¹⁾	11	-	29,8
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 915,8	1 707,3

⁽¹⁾ Conformément à IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées, les passifs de la société iGraal sont présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 31 décembre 2019 comme des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente" (cf. note 11- Activité cédée).

2. État du résultat global consolidé

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2020 6 mois	30/06/2019 6 mois
Chiffre d'affaires	6	557,3	714,6
Autres produits opérationnels	7.1	3,1	2,0
Total des produits opérationnels		560,5	716,5
Consommations et autres charges opérationnelles	7.2	(293,0)	(338,6)
Charges de personnel (yc participation)		(122,1)	(138,4)
Impôts, taxes et versements assimilés		(20,7)	(35,5)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	7.3	(38,2)	(58,7)
Dotations aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	7.3	(3,9)	(3,6)
Perte de valeur des actifs non amortissables	7.3	(4,1)	-
Total des charges opérationnelles		(482,0)	(574,8)
Plus-values sur cessions de participations		120,9	0,4
Résultat opérationnel		199,4	142,2
Produits de la trésorerie		0,1	0,1
Coût de l'endettement		(1,1)	(0,5)
Charges d'intérêt sur dettes locatives		(0,3)	(0,5)
Autres éléments financiers		(1,0)	(2,0)
Résultat financier	9	(2,4)	(2,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	18	(3,0)	3,1
Résultat courant avant impôt		194,0	142,5
Impôt sur le résultat	10	(31,7)	(53,8)
Résultat net des activités poursuivies		162,3	88,7
Profit ou perte après impôt des activités cédées		-	(0,3)
Résultat net de la période		162,3	88,4
attribuable au Groupe	12	162,3	88,4
attribuable aux intérêts non-contrôlants		-	(0,0)
Résultat part du Groupe par action (en euros)	12	1,291	0,703
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	1,291	0,706
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	12	1,285	0,699
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	1,285	0,702

RESULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2020 6 mois	30/06/2019 6 mois
Résultat net consolidé		162,3	88,4
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		3,8	0,1
Variation des écarts de conversion		(0,5)	0,0
Impôts sur les éléments recyclables		(1,1)	(0,0)
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels		4,3	(2,4)
Impôts sur les éléments non recyclables		(1,1)	0,6
Autres éléments du résultat global		5,3	(1,7)
Résultat global de la période		167,5	86,7
attribuable au Groupe		167,5	86,7
attribuable aux intérêts non-contrôlants		-	(0,0)

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Note n°	30/06/2020 6 mois	30/06/2019 6 mois
Résultat opérationnel des activités poursuivies		199,4	142,2
Amortissements et provisions hors actifs circulants		34,9	55,8
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		3,9	3,6
Plus-values et moins-values de cessions		(120,4)	(0,4)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		3,5	3,9
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		121,3	205,1
Produits perçus de la trésorerie		0,1	0,2
Intérêts payés		(1,1)	(0,2)
Intérêts des dettes locatives		(0,3)	(0,2)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPOT		120,0	204,9
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	17	(3,0)	(3,7)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	19	105,3	(17,9)
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	19	(66,1)	(23,5)
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT		36,2	(45,1)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(42,6)	(42,4)
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES OPERATIONNELLES		113,5	117,4
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	14	(26,6)	(41,0)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	16	(4,4)	(3,1)
Acquisitions d'immobilisations financières	19	-	(0,0)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales		-	(18,0)
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		27,1	17,5
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	14/16	0,4	0,0
Dividendes reçus		-	1,4
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		(3,6)	(43,3)
Opérations de financement			
Actifs financiers		(7,2)	(0,5)
Passifs financiers	19	155,0	(0,0)
Remboursement des dettes locatives		(3,5)	(3,9)
Acquisitions et cessions d'actions propres		(4,0)	0,0
Dividendes versés	13	-	(125,8)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		140,3	(130,2)
Effet des écarts de conversion de trésorerie		(0,2)	0,0
VARIATION GLOBALE DE TRESORERIE	19	250,0	(56,1)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		45,9	132,8
TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE A LA CLOTURE	19	295,9	76,8

4. État de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions (en milliers)	Capital social	Prime d'émission	Actions propres	Réserves consolidées Résultat Groupe	Variations des justes valeurs et écarts de conversion	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts non contrôlants	Capitaux propres
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 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		-	-	-	(0,6)	-	(0,6)	-	(0,6)
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2019 Retraite	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 global		-	-	-	(1,8)	0,1	(1,7)	-	(1,7)
Résultat net consolidé 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 actions de performance (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
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2020	126 414,2	50,6	7,6	(12,2)	735,7	(8,7)	772,9	-	772,9
Variation de la valeur des instruments dérivés						2,6	2,6		2,6
Variation de la valeur des instruments de capitaux propres						(0,0)	(0,0)		(0,0)
Pertes et gains actuariels					3,1		3,1	-	3,1
Écarts de conversion						(0,5)	(0,5)		(0,5)
Autres éléments du résultat global		-	-	-	3,1	2,2	5,2	-	5,2
Résultat net consolidé de la période					162,3		162,3		162,3
Résultat global total de la période		-	-	-	165,4	2,2	167,5	-	167,5
Dividendes distribués									
Acquisitions/Cessions d'actions propres				0,1	(2,7)		(2,7)		(2,7)
Total des transactions actionnaires		-	-	0,1	(2,7)	-	(2,7)	-	(2,7)
Coûts des actions de performance (IFRS2)					3,2		3,2		3,2
Instruments de couverture des attributions d'actions de performance					0,1		0,1		0,1
Autres mouvements					0,1		0,1		0,1
SITUATION AU 30 JUIN 2020	126 414,2	50,6	7,6	(12,1)	901,7	(6,5)	941,2	-	941,2

5.2 ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS CONDENSÉS

Sauf indication contraire, tous les montants cités dans l'annexe sont libellés en millions d'euros.

1. Faits marquants du semestre

- Le 1^{er} semestre 2020 a été marqué par l'épidémie de Covid-19 et la mise à l'arrêt volontaire d'une large partie de l'économie française à partir du 17 mars afin de tenter de la juguler.

Le Groupe a subi, comme tous les groupes médias européens, de nombreux reports et annulations de campagnes publicitaires en télévision, radio et sur le digital. Ces reports et annulations ont eu un impact significatif sur le chiffre d'affaires, notamment au deuxième trimestre.

A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2020, le Groupe M6 affiche ainsi un chiffre d'affaires consolidé de 557,3 M€ contre 714,6 M€ en 2019, soit une baisse de - 22,0%. Le chiffre d'affaires publicitaire plurimédia a été plus fortement impacté, avec une baisse de - 25,7% sur un an (400,6 M€ contre 539,3 M€), et notamment le chiffre d'affaires publicitaire du pôle Télévision (338,6 M€ contre 454,3 M€).

Afin de faire face à cette situation, et s'assurer des meilleures conditions de reprise de l'activité, le Groupe a pris très rapidement les mesures nécessaires pour alléger ses coûts, notamment ses coûts de programmes (en recul de - 49,1 M€), au-delà du report des événements sportifs comme l'Euro 2020, ainsi que ses autres coûts qui baissent de - 43,1 M€.

Le Groupe parvient ainsi à compenser 59% de la baisse de ses revenus par ces économies de coûts. L'agilité dont fait preuve le Groupe dans cet environnement économique

dégradé lui permet de maintenir une marge opérationnelle de 15,1% au titre du 1^{er} semestre 2020 et de limiter ainsi la baisse de l'EBITA qui s'élève à 84,4 M€ contre 148,3 M€ en 2019.

Par ailleurs, en plus de la mise en œuvre de nouvelles procédures de surveillance de la trésorerie et des créances depuis le début de l'épidémie de Covid-19, le Groupe a convenu, d'une part, d'annuler le paiement du dividende en 2020 afin de garantir la liquidité tout au long de l'année, et d'autre part, de mobiliser ses financements bancaires pour un montant total de 180,0 M€, afin de se prémunir contre le risque de liquidité.

Enfin, le Groupe a testé au 30 juin 2020 ses goodwill et autres actifs non courants pour lesquels un indice de perte de valeur a été identifié sur le 1^{er} semestre (cf. note 15 - *Goodwill*).

- Le 20 mars, le rapprochement entre iGraal et le groupe allemand Global Savings Group (GSG) a été finalisé. L'opération s'est traduite par une cession d'iGraal en contrepartie de 35,0 M€ en numéraire et de l'attribution de 42,72 % du capital de GSG valorisés à 90,6 M€ (cf. note 11 - *Activité cédée*).
- Le 10 avril, le Groupe M6 a cédé 50 % du capital de sa filiale technologique Bedrock à RTL Group (cf. note 18 - *Participations dans les coentreprises et entreprises associées*).

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2020 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 27 juillet 2020 et examinés par le Conseil de Surveillance du 28 juillet 2020. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

Métropole Télévision (la Société) est une société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, domiciliée au 89 avenue Charles de Gaulle, à Neuilly-sur-Seine en France. Elle est cotée à Paris sur le compartiment A d'Euronext (code ISIN FR0000053225). Elle est en outre consolidée suivant la méthode de l'intégration globale par RTL Group, coté sur les marchés de Bruxelles, de Luxembourg et de Francfort.

3. Préparation et présentation des états financiers consolidés

DÉCLARATION DE CONFORMITÉ ET BASES DE PRÉPARATION

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2020 ont été préparés en conformité avec la norme IAS 34 - *Information financière intermédiaire* et sur la base d'états financiers condensés conformes aux normes IFRS en vigueur au sein de l'Union Européenne.

Pour les textes ayant une incidence sur les comptes consolidés du Groupe 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 2019.

RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2020 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2019, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2020.

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 2020

Les amendements aux normes IFRS, applicables pour le 1^{er} semestre 2020, n'ont pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe au 30 juin 2020 :

- Amendements à IAS 1 et à IAS 8 – *Modification de la définition du terme "significatif"*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2020 ;
- 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 IFRS 9, IAS 39 et IFRS 7 – *Réforme des taux d'intérêt de référence*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2020.

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 :

- Amendement à IFRS 16 – *Contrats de location : Allègements de loyers liés au Covid-19*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} juin 2020 ;
- IFRS 17 – *Contrats d'assurance*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2023 ;
- Amendements à IAS 1 – *Présentation des états financiers : Classement des passifs en tant que passifs courants et non courants*, applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2022.

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

4. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité 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.

Au 1^{er} semestre 2020, l'épidémie de Covid-19 a affecté toutefois fortement les activités du Groupe. Les impacts de cette crise sanitaire sur les performances du Groupe sont détaillés en note 1 - *Faits marquants du semestre*.

5. Regroupements d'entreprises / Évolution du périmètre de consolidation

Le périmètre de consolidation du Groupe a évolué de la façon suivante au cours du premier semestre 2020 :

- le 20 mars 2020, le Groupe a finalisé le rapprochement de sa filiale iGraal avec le groupe allemand Global Savings Group. L'opération s'est traduite par une cession d'iGraal en contrepartie de 35,0 M€ en numéraire et de l'attribution de 42,72 % du capital de GSG valorisés à 90,6 M€ (cf. note 11 - *Activité cédée*).

- Le 10 avril, le Groupe M6 a cédé 50 % du capital de Bedrock à RTL Group (cf. note 18 - *Participations dans les coentreprises et entreprises associées*).

Au cours de l'exercice 2019, le Groupe avait acquis 100 % du capital des sociétés Jeunesse TV, Jeunesse Thématiques et LTI Vostok. Le goodwill provisoire s'élève à 193,1 M€. Les travaux d'allocation du prix d'acquisition seront menés sur le second semestre 2020.

6. Informations sectorielles

Les secteurs opérationnels du Groupe sont ceux sur lesquels est basé le reporting de gestion interne établi mensuellement et communiqué au principal décideur opérationnel, le Directoire, ainsi qu'aux autres décisionnaires opérationnels, les dirigeants des filiales ou directions du Groupe.

Les indicateurs de performance plus particulièrement suivis sont le chiffre d'affaires, le résultat opérationnel courant (EBITA) qui se définit comme le résultat opérationnel avant prise en compte des produits et charges liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession de filiales et participations. Sont également analysés régulièrement les capitaux employés et les investissements réalisés par secteur afin d'apprécier la rentabilité des ressources allouées à ces derniers et de décider de la politique d'investissement future.

Le Groupe a adapté au cours des dernières années son organisation opérationnelle en fonction des marchés sur lesquels il exerce ses différents métiers.

Les secteurs opérationnels présentés sont les suivants :

Télévision

Le secteur, caractérisé par un fort degré de mutualisation entre les différentes chaînes du Groupe (acquisitions, technique, diffusion...), regroupe les chaînes en clair (M6, W9, 6TER et Gulli) et les chaînes payantes (Paris Première, Téva, M6 Music, Série Club, Tiji, Canal J, RFM TV, MCM, MCM Top) dont le modèle économique repose sur un financement mixte (publicité et versements des plateformes qui distribuent ces chaînes dans le cadre de bouquets diffusés via l'IPTV, le câble ou le satellite).

Ce secteur inclut également l'ensemble des activités qui y sont principalement associées telles que l'exploitation de la plateforme technique 6play 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 de performance, au résultat des sociétés immobilières et sociétés sans activité et à des retraitements de consolidation non alloués et correspondant essentiellement à l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés.

Résultat

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

En 2019 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifica- tions	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-values 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

En 2020 :

	Télévision	Radio	Production et Droits Audiovisuels	Diversifica- tions	Éliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2020
Chiffre d'affaires hors-Groupe	386,6	59,9	29,3	81,2	0,4	557,3
Chiffre d'affaires inter-segments	6,1	0,4	41,6	0,2	(48,3)	-
Chiffre d'affaires *	392,8	60,3	70,9	81,4	(48,0)	557,3
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	66,2	(2,2)	14,4	8,2	(2,3)	84,4
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(4,1)	(0,4)	(1,2)	(0,3)	-	(5,9)
Plus-values sur cessions de participations	21,0	-	-	99,9	-	120,9
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies						199,4
Résultat financier						(2,4)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées						(3,0)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies						194,0
Impôt						(31,7)
Résultat net des activités poursuivies						162,3
Résultat net des activités cédées						-
Résultat de la période						162,3
attribuable au Groupe						162,3
attribuable aux intérêts non contrôlants						-

* dont 400,6 M€ au titre des revenus publicitaires

N'ayant pas d'activité significative hors de France Métropolitaine, le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique.

7. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

7.1. Autres produits opérationnels

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 3,1 M€ (contre 2,0 M€ au 30 juin 2019) et sont constitués principalement :

- des subventions d'exploitation pour 1,9 M€, contre 1,2 M€ au 30 juin 2019 ;
- des refacturations envers les sociétés mises en équivalence pour 1,1 M€ contre 0,8 M€ au 30 juin 2019.

7.2. Consommations et autres charges opérationnelles

	30/06/2020	30/06/2019
Consommation de droits de diffusion (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(99,9)	(98,7)
Consommations de stocks de marchandises	(23,5)	(21,3)
Autres services extérieurs	(168,9)	(218,3)
Pertes de change opérationnelles	(0,3)	(0,0)
Autres charges	(0,5)	(0,3)
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(293,0)	(338,6)

7.3. Dotations aux amortissements et aux dépréciations

	30/06/2020	30/06/2019
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(21,6)	(36,0)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(1,2)	(7,8)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(5,4)	(6,7)
Amortissements des immobilisations corporelles	(7,5)	(7,2)
Amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	(3,9)	(3,6)
Autres dépréciations	(2,6)	(0,9)
Perte de valeur des actifs non amortissables ⁽¹⁾	(4,1)	-
TOTAL DOTATIONS (NETTES DES REPRISES)	(46,3)	(62,3)

⁽¹⁾ Le goodwill de l'UGT Autres a été entièrement déprécié sur le semestre (cf. note 15 - Goodwill).

8. Rémunérations en actions

Aucune attribution d'actions de performance n'a été décidée par le Directoire au premier semestre 2020.

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions de performance s'apprécie comme la valeur de l'action à la date d'octroi diminuée de la valeur actuelle des dividendes futurs estimés sur la période d'indisponibilité.

Sur le semestre, le solde des actions attribuées a évolué comme suit :

	Attribution à la date du plan	Attribution maximum	Solde 31/12/2019	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2020
Plans d'attribution gratuite d'actions	1 331 751	1 331 751	1 302 495	(243 514)	-	(223 080)	(6 004)	829 897
Du 27/07/2017	217 667	217 667	217 667	-	-	(214 163)	(3 504)	-
Du 02/10/2017	8 917	8 917	8 917	-	-	(8 917)	-	-
Du 25/07/2018	313 400	313 400	294 700	-	-	-	(1 500)	293 200
Du 25/07/2018	247 100	247 100	237 544	(79 181)	-	-	-	158 363
Du 30/07/2019	298 167	298 167	297 167	-	-	-	(1 000)	296 167
Du 30/07/2019	246 500	246 500	246 500	(164 333)	-	-	-	82 167

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 de performance sont celles de référence reflétant l'atteinte des objectifs de performances fixés dans le cadre des plans de 2017, 2018 et 2019.

La charge IFRS 2 relative aux plans d'attribution d'actions de performance ouverts au 30 juin 2020 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	
	30/06/2020	30/06/2019
Du 27/07/2017	(0,5)	(2,1)
Du 02/10/2017	(0,0)	(0,0)
Du 25/07/2018	(1,4)	(1,7)
Du 30/07/2019	(1,2)	-
CHARGE TOTALE	(3,2)	(3,8)

9. Résultat financier

	30/06/2020	30/06/2019
Produits des placements	0,0	0,1
Divers produits d'intérêts	0,0	0,0
Réévaluation des instruments dérivés	0,2	0,1
Produits financiers	0,2	0,2
Intérêts sur emprunts associés et banques	(1,1)	(0,5)
Intérêts sur dettes locatives	(0,3)	(0,5)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,2)	(0,3)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,1)	(0,2)
Charges financières	(1,7)	(1,4)
Autres éléments financiers	(0,9)	(1,6)
RÉSULTAT FINANCIER	(2,4)	(2,8)

- Les intérêts sur emprunts associés et banques s'élèvent à (1,1) M€ au 30 juin 2020 et correspondent d'une part aux intérêts sur l'emprunt obligataire mis en place en 2017 pour financer l'achat du pôle Radio de RTL Group, d'autre part aux intérêts sur l'emprunt Schuldschein mis en place en juillet 2019 pour financer l'acquisition du pôle Télévision du Groupe Lagardère, et enfin aux intérêts sur les lignes bancaires mobilisées en mars 2020. L'endettement moyen s'élève à 224,0 M€ sur le 1^{er} semestre 2020 pour un taux moyen d'endettement de 0,88 % l'an, contre 53,0 M€ et 1,50 % en 2019.
- Les intérêts sur dettes locatives correspondent à la desactualisation des dettes comptabilisées en application d'IFRS 16.
- Les autres charges financières correspondent principalement aux effets de la mise à juste valeur des actifs et passifs financiers (instruments de capitaux propres à la juste valeur par résultat).

10. Impôt sur le résultat

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

	30/06/2020	30/06/2019
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(28,4)	(52,8)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(3,3)	(1,0)
TOTAL	(31,7)	(53,8)

Le taux d'impôt sur les sociétés projeté au titre de l'exercice 2020 est de 32,02 % (correspondant au taux normal d'IS de 31 %, majoré de la contribution additionnelle de 3,3 %) pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français.

Conformément aux dispositions de la Loi de Finances pour 2020, le taux d'imposition utilisé pour comptabiliser les différences temporelles des entités françaises est dégressif.

Les taux utilisés sont compris entre 28,41 % (pour les différences temporelles se renversant avant le 31 décembre 2021) et 25,83 % (pour les différences temporelles se renversant au-delà du 31 décembre 2022).

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 :

	30/06/2020	30/06/2019
Résultat de la période attribuable au Groupe	162,3	88,4
Intérêts non-contrôlants	-	(0,0)
Profit ou perte après impôt des activités cédées	-	(0,3)
Impôt sur le résultat	(31,7)	(53,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(1,2)	1,2
Produits et charges liés aux regroupements d'entreprises	-	(0,3)
Perte de valeur des goodwill	(4,1)	2,2
Coût des actions de performance (IFRS 2)	(3,2)	(3,8)
Résultat des activités poursuivies avant impôt retraité	202,5	143,1
Taux d'impôt commun théorique	32,02%	34,43%
Charge d'impôt théorique	(64,8)	(49,3)
Éléments en rapprochement :		
Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises	(3,0)	(3,6)
Plus-values sur cessions imposées au taux réduit	37,4	-
Autres différences	(1,3)	(0,9)
CHARGE NETTE D'IMPÔT RÉEL	(31,7)	(53,8)
Taux effectif d'impôt	15,67%	37,58%

Au 30 juin 2020, 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.

11. Activité cédée

Conformément à la norme IFRS 5 – *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, les actifs et passifs de la société iGraal étaient présentés dans l'état de la situation financière consolidée au 31 décembre 2019 comme, respectivement, des "actifs détenus en vue de la vente" et des "passifs associés aux actifs détenus en vue de la vente".

Le 20 mars 2020, le Groupe a finalisé le rapprochement d'iGraal avec le groupe allemand Global Savings Group. L'opération s'est traduite par une cession d'iGraal en contrepartie de 35,0 M€ en numéraire et de l'attribution de 42,72 % du capital de GSG valorisés à 90,6 M€. Cette opération a généré une plus-value de cession avant impôt de 99,9 M€ dans le compte de résultat consolidé au 30 juin 2020.

La plus-value nette de cession est déterminée de la façon suivante :

	30/06/2020
Valeur de l'actif net consolidé à la date de cession	25,7
Juste valeur de la contrepartie reçue	125,6
Plus-value de cession	99,9
Impôt sur la plus-value	(1,1)
Plus-value nette	98,8

Les contributions d'iGraal au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés du 1^{er} semestre 2020 sont respectivement de 8,8 M€ et 1,2 M€.

12. Résultat par action

	30/06/2020	30/06/2019
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	162,3	88,4
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités cédées	-	(0,3)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	162,3	88,7
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	125 682 350	125 742 751
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	626 826	686 622
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 309 176	126 429 373
Résultat par action (en euros)	1,291	0,703
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	1,291	0,706
Résultat dilué par action (en euros)	1,285	0,699
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	1,285	0,702

* Ne comprend que les actions dilutives (au regard des conditions de marché prévalant à la clôture)

Le calcul du résultat dilué par action tient compte d'attributions d'actions de performance accordées lors des plans du 25 juillet 2018 et du 30 juillet 2019.

Le nombre d'actions potentiellement dilutives est de 626 826 au 30 juin 2020 : sur cette base, l'effet dilutif sur le résultat par action représente 0,6 centime d'euro par titre.

13. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2020	30/06/2019
Déclarés et versés au cours du semestre	-	125,8
Nombre d'actions en circulation en milliers	125 670	125 751
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	-	1,00

14. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (distribution et négoce)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Goodwill	Total 30/06/2020
Au 1 ^{er} janvier 2020, net des dépréciations et amortissements	32,1	4,4	8,7	45,3	137,2	366,5	549,0
Acquisitions	12,3	0,2	6,4	18,9	6,0	-	24,9
Cessions	(26,5)	-	-	(26,5)	(0,6)	-	(27,2)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	(31,7)	-	(31,7)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	5,2	23,8	(4,7)	24,4	2,5	(6,4)	20,5
Dotations aux amortissements 2020	(19,6)	(3,1)	-	(22,6)	(5,4)	-	(28,0)
Dépréciations	(2,0)	2,0	(0,1)	(0,1)	-	(4,1)	(4,2)
Reprises d'amortissements sur cessions	26,3	-	-	26,3	0,6	-	26,9
Reprises d'amortissements sur acquisitions/cessions de filiales	-	-	-	-	16,3	-	16,3
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	(1,1)	(23,3)	-	(24,4)	(2,5)	-	(26,9)
Au 30 juin 2020, net des dépréciations et amortissements	26,8	4,0	10,3	41,2	122,4	356,0	519,5
Au 1 ^{er} janvier 2020							
Valeur brute	1 011,8	736,2	12,8	1 760,8	261,8	398,9	2 421,5
Amortissements et dépréciations cumulés	(979,7)	(731,8)	(4,0)	(1 715,5)	(124,6)	(32,4)	(1 872,5)
MONTANT NET AU 1^{ER} JANVIER 2020	32,1	4,4	8,7	45,3	137,2	366,5	549,0
Au 30 juin 2020							
Valeur brute	1 002,8	760,2	14,5	1 777,5	237,9	392,5	2 407,9
Amortissements et dépréciations cumulés	(976,0)	(756,2)	(4,1)	(1 736,4)	(115,5)	(36,5)	(1 888,4)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2020	26,8	4,0	10,3	41,2	122,4	356,0	519,5

Les "droits audiovisuels" regroupent des droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques acquis dans le cadre de productions 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.

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 reconnues au titre de l'allocation du prix d'acquisition du pôle Radio français de RTL Group.

Hormis les licences apportées par RTL France Radio, la marque Fun Radio et les licences reconnues sur RTL 2 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.

15. Goodwill

Évolution

Les goodwill ont évolué comme suit au cours du premier semestre 2020 :

	30/06/2020
À l'ouverture, net des pertes de valeur	366,5
Autres mouvements	(6,4)
Pertes de valeur	(4,1)
À la clôture	356,0
À l'ouverture	
Valeurs brutes	398,9
Cumul des pertes de valeur	(32,4)
MONTANT NET	366,5
À la clôture	
Valeurs brutes	392,5
Cumul des pertes de valeur	(36,5)
MONTANT NET	356,0

Les principales variations reflètent :

- la sortie de 6,4 M€ de goodwill de l'UGT Distribution à la suite de la déconsolidation de la société Bedrock (cf. note 18 - *Participations dans les coentreprises et entreprises associées*) ;
- la dépréciation du goodwill de l'UGT Autres pour 4,1M€.

Répartition

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

Valeur nette	30/06/2020	31/12/2019
Télévision		
Télévision	231,3	
Pôle Jeunesse TV	-	193,1
Distribution	-	44,6
Autres	-	4,1
Radio	99,4	99,4
Production et Droits Audiovisuels		
Droits Audiovisuels	4,8	4,8
Diversifications		
Digital Services	2,2	2,2
Interactions	5,7	5,7
Téléachat	12,5	12,5
Total	356,0	366,5

Réorganisation et définition des UGT

UGT Télévision

L'UGT Pôle Jeunesse TV intégrait au 31 décembre 2019 l'ensemble du pôle Jeunesse du Groupe Lagardère acquis le 2 septembre 2019, à savoir les sociétés Jeunesse TV (portant la chaîne Gulli), Jeunesse Thématiques (portant les chaînes Canal J, Tiji, RFM TV, MCM et MCM Top) et LTI Vostok (portant la chaîne Gulli Girl).

L'UGT Distribution intégrait pour sa part les activités de distribution des chaînes et services non linéaires, ainsi que le développement et l'exploitation de 6play (regroupés au sein

des entités juridiques M6 Distribution Digital et Bedrock). Le 10 avril 2020, M6 a cédé 50% de la société Bedrock à RTL Group. En conséquence de la déconsolidation de Bedrock et conformément à IAS 36, une réaffectation du goodwill porté par l'UGT Distribution en fonction des valeurs relatives des activités cédées par rapport à la valeur totale de l'UGT a été réalisée. Cette réaffectation a été réalisée sur la base des valeurs retenues pour le test de dépréciation de l'UGT Distribution au 31 décembre 2019 et de la valeur de cession de Bedrock, et s'est traduite par le maintien d'un goodwill de

38,2 M€ sur l'UGT Distribution.

A la suite de la finalisation de l'intégration du Pôle Jeunesse TV, il a été décidé de créer l'UGT Télévision regroupant l'ensemble des activités de télévision linéaire du groupe, aussi bien en clair que payante, et intégrant donc l'ex-UGT Pôle Jeunesse TV car :

- ces activités sont suivies ensemble par la Direction, au travers des différents reportings de gestion notamment ;
- la nouvelle organisation interne des équipes et du management s'est traduite par la mise en œuvre d'une gestion intégrée : la mise en commun de la régie publicitaire, des antennes, des acquisitions ou encore des programmes conduit en effet à une dépendance des entrées de trésorerie générées par les actifs de ces activités ;

Autres UGT

Les autres UGT au 30 juin 2020 sont les mêmes que celles au 31 décembre 2019 et s'analysent de la façon suivante :

- l'UGT Radio intègre l'ensemble du pôle Radio français de RTL Group acquis en 2017 (à l'exception des entités RTL Special Marketing et Parisonair absorbées en 2018 par respectivement M6 Interactions et M6 Événements, et donc désormais incluses dans l'UGT Interactions) ;
- l'UGT Droits Audiovisuels correspond aux activités de production et de distribution de droits audiovisuels tout au long de leur cycle de vie et intègre Société Nouvelle de Distribution (SND) et les sociétés de catalogues de droits audiovisuels qui ont été fusionnées dans SND le 19 juin 2019 ;

Perte de valeur

Le recul du chiffre d'affaires et de la rentabilité, décrit dans les faits marquants du semestre, est un indice clair de perte de valeur qui a conduit le Groupe à envisager des tests de dépréciation dès le 30 juin 2020 pour la plupart de ses UGT.

Règles retenues au 30 juin 2020

Les règles suivantes ont été retenues au 30 juin 2020 :

- Test de toutes les UGT dont l'indice de perte de valeur est particulièrement marqué sur le 1^{er} semestre 2020 :
 - UGT Télévision ;
 - UGT Radio ;
 - UGT Interactions ;
 - UGT Autres ;
- Test des UGT pour lesquelles aucun indice de perte de valeur n'est identifié mais dont le goodwill est matériel (valeur supérieure à 5 M€) :
 - UGT Téléachat ;
- Les UGT n'ayant pas fait l'objet de test de dépréciation sont donc :
 - UGT Droits audiovisuels ;
 - UGT Digital Services.

- ces activités ont des profils de risques et de marge équivalents.

Il a également été décidé de fusionner l'UGT Distribution dans la nouvelle UGT Télévision car :

- la gestion des déclinaisons linéaires (chaînes historiques) et non linéaires (6play) de la télévision est également totalement intégrée (équipes communes pour la régie, acquisitions, etc.) ;
- ses entrées de trésorerie sont semblables à celles des activités linéaires (recettes publicitaires et revenus de distribution).

- l'UGT Digital Services intègre les activités « pure player digital » de M6 regroupées au sein des entités M6 Digital Services et de M6 Hosting ;
- l'UGT Interactions correspond aux activités d'édition musicale, d'événementiel, de spectacle et d'édition, et intègre les entités M6 Interactions, M6 Événements et M6 Editions ;
- l'UGT Téléachat correspond aux activités de vente à distance et intègre les entités Home Shopping Service, H.S.S. Belgique, Best of TV et Best of TV Benelux ;
- l'UGT Autres intègre les entités Ctzar et Sociaddict spécialisées dans le marketing d'influence.

Les valeurs d'utilité des UGT ont été déterminées selon l'une des deux méthodes suivantes :

- D.C.F. : méthode des flux de trésorerie actualisés sur la base de business plans sur la période 2020-2024 (seuls les flux du deuxième trimestre 2020 ont été pris en compte), établis au deuxième trimestre 2020 en s'appuyant sur les principales hypothèses clefs suivantes : EBITA, dépenses d'investissement, niveau de BFR, environnement concurrentiel, évolution des systèmes d'information et du niveau des dépenses marketing ;
- SOTP : méthode des *Sum Of The Parts* qui consiste à évaluer en recourant aux méthodes d'évaluation (DCF, multiples, etc.) chacune des activités exercées par une société. La valeur des fonds propres d'une société, dans son ensemble, correspond alors à la somme des valorisations obtenues pour chacune des activités exercées. Les valorisations basées sur la méthode SOTP sont issues de notes de brokers récentes.

Tests de dépréciation

Télévision

La valeur d'utilité de l'UGT Télévision, calculée sur la base d'analyses issues de notes de brokers réalisées sur le deuxième trimestre 2020, est comprise entre 950 M€ et 1 769 M€ avec une moyenne de 1 296 M€.

Radio

La valeur d'utilité de l'UGT Radio a été déterminée selon la méthode D.C.F., dont les principales hypothèses financières sont les suivantes :

- le taux d'actualisation retenu est celui du Groupe M6, correspondant à la moyenne des CMPC observés chez les brokers français, soit 9,5% ;
- la croissance à l'infini retenue s'élève à -1% ;
- retour au niveau de chiffre d'affaires et de rentabilité de 2019 à partir de 2021.

La valeur comptable de l'UGT dans les comptes du Groupe est égale à 566,4 M€.

La valeur recouvrable de l'actif étant supérieure à sa valeur nette comptable, aucune dépréciation n'a été comptabilisée au 30 juin 2020.

La valeur d'utilité s'élève ainsi à 200,1 M€ pour une valeur comptable dans les comptes du Groupe de 191,0 M€.

Une analyse de sensibilité de la valeur d'utilité aux variations des paramètres du test a été menée et fait apparaître des scénarios où la valeur recouvrable de l'UGT Radio deviendrait inférieure à sa valeur nette comptable. Cependant, la valeur médiane retenue correspond à un scénario prudent. Aucune dépréciation n'a donc été comptabilisée au 30 juin 2020.

		Taux d'actualisation				
		8,5%	9,0%	9,5%	10,0%	10,5%
Taux de croissance	-2,00%	205,7	196,8	188,7	181,3	174,4
	-1,50%	212,5	202,9	194,1	186,1	178,8
	-1,00%	219,9	209,5	200,1	191,5	183,6
	-0,50%	228,1	216,8	206,6	197,3	188,9
	0,00%	237,4	224,9	213,8	203,7	194,6

Valeur comptable de l'UGT dans les comptes du Groupe = 191,0 M€

Interactions

La valeur d'utilité de l'UGT Interactions a été déterminée selon la méthode D.C.F, dont les principales hypothèses financières sont les suivantes :

- le taux d'actualisation retenu est celui du Groupe M6, correspondant à la moyenne des CMPC observés chez les brokers français, majoré d'une prime de risque, soit 11,5% ;
- la croissance à l'infini retenue s'élève à 0%.

La valeur d'utilité s'élève ainsi à 14,0 M€ pour une valeur comptable dans les comptes du Groupe de 6,6 M€.

Une analyse de sensibilité de la valeur d'utilité aux variations des paramètres du test a été menée mais ne fait pas apparaître de scénario probable selon lequel la valeur recouvrable de l'UGT Interactions deviendrait inférieure à sa valeur nette comptable. La valeur recouvrable de l'actif étant supérieure à sa valeur nette comptable, aucune dépréciation n'a été comptabilisée au 30 juin 2020.

		Taux d'actualisation				
		10,5%	11,0%	11,5%	12,0%	12,5%
Taux de croissance	-1,00%	14,5	13,9	13,4	12,9	12,4
	-0,50%	14,9	14,3	13,7	13,2	12,7
	0,00%	15,3	14,7	14,0	13,5	13,0
	0,50%	15,8	15,1	14,4	13,8	13,3
	1,00%	16,3	15,6	14,9	14,2	13,6

Valeur comptable de l'UGT dans les comptes du Groupe = 6,6 M€

Téléachat

La valeur d'utilité de l'UGT Téléachat a été déterminée selon la méthode D.C.F., dont les principales hypothèses financières sont les suivantes :

- le taux d'actualisation retenu est celui du Groupe M6, correspondant à la moyenne des CMPC observés chez les brokers français, majoré d'une prime de risque, soit 11,5% ;
- la croissance à l'infini retenue s'élève à -1%.

La valeur d'utilité s'élève ainsi à 28,2 M€ pour une valeur comptable dans les comptes du Groupe de 18,0 M€.

Une analyse de sensibilité de la valeur d'utilité aux variations des paramètres du test a été menée mais ne fait pas apparaître de scénario probable selon lequel la valeur recouvrable de l'UGT Téléachat deviendrait inférieure à sa valeur nette comptable. La valeur recouvrable de l'actif étant supérieure à sa valeur nette comptable, aucune dépréciation n'a été comptabilisée au 30 juin 2020.

Taux d'actualisation

		10,5%	11,0%	11,5%	12,0%	12,5%
Taux de croissance	-2,00%	29,2	27,8	26,6	25,4	24,4
	-1,50%	30,1	28,7	27,3	26,1	25,0
	-1,00%	31,1	29,6	28,2	26,9	25,7
	-0,50%	32,2	30,6	29,1	27,7	26,4
	0,00%	33,4	31,7	30,0	28,6	27,2

Valeur comptable de l'UGT dans les comptes du Groupe = 18,0 M€

Autres

La valeur d'utilité de l'UGT Autres a été déterminée selon la méthode D.C.F., dont les principales hypothèses financières sont les suivantes :

- le taux d'actualisation retenu est celui du Groupe M6, correspondant à la moyenne des CMPC observés chez les brokers français, majoré d'une prime de risque, soit 11,5% ;
- la croissance à l'infini retenue s'élève à 0%.

La valeur d'utilité s'élève ainsi à -0,6 M€ pour une valeur comptable dans les comptes du Groupe de 3,6 M€.

La valeur recouvrable de l'actif étant inférieure à sa valeur nette comptable, l'intégralité du goodwill de 4,1 M€, correspondant à la totalité de la différence entre la juste valeur et la valeur comptable, a été dépréciée au 30 juin 2020.

16. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Droits d'utilisation des actifs loués	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2020
Au 1 ^{er} janvier 2020, net des dépréciations et amortissements	19,1	57,6	38,3	26,2	8,8	4,0	153,9
Acquisitions	-	0,0	3,8	2,5	2,0	0,2	8,6
Cessions	-	(0,3)	(2,2)	(3,3)	(1,9)	-	(7,6)
Acquisitions/cessions de filiales	-	-	(0,7)	(0,4)	(2,1)	-	(3,2)
Reclassements et autres mouvements en valeur brute	-	(0,0)	2,0	1,3	0,2	(1,7)	1,8
Dotations aux amortissements 2020	-	(1,8)	(3,9)	(3,8)	(1,9)	-	(11,4)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-	-
Reprises d'amortissements sur cessions	-	0,3	1,5	3,1	1,5	-	6,4
Reprises d'amortissements sur acquisitions/cessions de filiales	-	-	0,2	0,2	1,6	-	1,9
Reclassements et autres mouvements sur amortissements	-	0,0	0,2	0,2	(0,0)	-	0,3
Au 30 juin 2020, net des dépréciations et amortissements	19,1	55,8	39,3	26,0	8,1	2,5	150,8
Au 1 ^{er} janvier 2020							
Valeur brute	19,1	123,4	45,6	99,7	41,6	4,0	333,4
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(65,8)	(7,3)	(73,5)	(32,8)	-	(179,4)
MONTANT NET AU 1^{er} JANVIER 2020	19,1	57,6	38,3	26,2	8,8	4,0	153,9
Au 30 juin 2020							
Valeur brute	19,1	123,1	48,6	99,9	39,8	2,5	332,9
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(67,3)	(9,3)	(73,9)	(31,7)	-	(182,1)
MONTANT NET AU 30 JUIN 2020	19,1	55,8	39,3	26,0	8,1	2,5	150,8

17. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2020
Au 1 ^{er} janvier 2020, net des dépréciations	280,2	11,6	291,8
Acquisitions	135,6	27,9	163,5
Reclassement	(0,1)	-	(0,1)
Consommations	(123,4)	(26,4)	(149,8)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2020	(10,6)	(0,2)	(10,7)
Au 30 juin 2020, net des dépréciations	281,8	12,9	294,8
Au 1 ^{er} janvier 2020			
Coût	469,9	14,9	484,7
Cumul des dépréciations	(189,6)	(3,3)	(192,9)
Montant net au 1^{er} janvier 2020	280,2	11,6	291,8
Au 30 juin 2020			
Coût	479,8	16,3	496,1
Cumul des dépréciations	(197,9)	(3,4)	(201,3)
Montant net au 30 juin 2020	281,8	12,9	294,8

18. 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	31/12/2019	Quote-part de résultat	Perte de valeur	Variation de périmètre	Dividendes versés	Reclassement	30/06/2020
Participations dans les coentreprises		1,9	(2,8)	-	18,0	-	1,4	18,6
Série Club	50,0%	1,1	0,4	-	-	-	-	1,5
Panora Services	50,0%	0,4	(0,0)	-	-	-	-	0,4
Salto SNC	33,3%	0,4	(1,8)	-	-	-	1,4	-
Salto Gestion	33,3%	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0
Bedrock	50,0%	-	(1,3)	-	18,0	-	-	16,7
Participations dans les entreprises associées		11,6	1,8	(2,0)	90,6	-	-	101,8
Quicksign	23,9%	0,3	0,3	-	-	-	-	0,6
Stéphane Plaza France	49,0%	6,3	1,1	-	-	-	-	7,4
Elephorm	34,0%	2,7	0,1	-	-	-	-	2,8
Wild Buzz Agency	40,0%	2,3	(0,1)	(2,0)	-	-	-	-
Global Savings Group	42,7%	-	0,5	-	90,6	-	-	91,1
PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES		13,5	(1,0)	(2,0)	108,6	-	1,4	120,5
Salto SNC	33,3%	-	-	-	-	-	(1,4)	(1,4)
PROVISIONS NON COURANTES		-	-	-	-	-	(1,4)	(1,4)

Global Savings Group

Le 20 mars 2020, la société M6 Digital Services a acquis 42,72 % du capital de GSG valorisés à 90,6 M€.

Le Groupe exerçant une influence notable sur cette filiale, cette dernière est consolidée par mise en équivalence au 30 juin 2020.

Le résultat de + 0,5 M€ correspond donc à la quote-part du Groupe dans le résultat du second trimestre 2020.

Bedrock

Le 10 avril, le Groupe M6 a cédé 50 % du capital de Bedrock à RTL Group. Conformément à IFRS 10 - *Etats financiers consolidés*, cette perte de contrôle exclusif a été comptabilisée de la façon suivante dans l'état de la situation financière consolidée :

- déconsolidation de 100 % de Bedrock ;
- enregistrement de la participation de 50% conservée dans Bedrock à sa juste valeur.

Cette opération a ainsi généré une plus-value de 21,0 M€ avant impôt dans le compte de résultat consolidé du 1^{er} semestre 2020.

Wild Buzz Agency

Au 30 juin 2020, la participation du Groupe dans la société Wild Buzz Agency, agence d'événementiel spécialisée dans la création de lieux de vie éphémères dédiés aux marques et aux institutions, a été entièrement dépréciée compte tenu des perspectives économiques de la société.

19. Instruments financiers

19.1. Actifs financiers

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2019 et au 30 juin 2020 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2019			Évaluation			
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	5,3	-	5,3	5,3	3,4	1,9	-
Autres actifs financiers non courants	6,4	(0,0)	6,4	6,4	0,7	-	5,7
Créances clients	373,7	(17,5)	356,2	356,2	-	-	356,2
Instruments financiers dérivés	0,0	-	0,0	0,0	0,0	-	-
Autres actifs financiers courants	2,1	(0,3)	1,8	1,8	-	-	1,8
Autres actifs courants	209,2	(1,6)	207,6	207,6	-	-	207,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	45,9	-	45,9	45,9	7,8	-	38,1
ACTIFS	642,7	(19,4)	623,3	623,3	12,0	1,9	609,4

	30/06/2020				Évaluation		
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global	Coût amorti
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur	5,5	-	5,5	5,5	3,5	1,9	-
Autres actifs financiers non courants	13,0	(0,0)	13,0	13,0	0,7	-	12,3
Créances clients	272,5	(19,8)	252,7	252,7	-	-	252,7
Autres actifs financiers courants	21,1	(0,3)	20,8	20,8	-	-	20,8
Autres actifs courants	217,2	(1,5)	215,8	215,8	-	-	215,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	295,9	-	295,9	295,9	5,4	-	290,5
ACTIFS	825,2	(21,6)	803,6	803,6	9,6	1,9	792,1

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 :

	30/06/2020				Évaluation	
	Devise de Référence	Juste valeur	% de détention		Juste valeur par résultat	Juste valeur par autres éléments du résultat global
2CED	Euro (€)	1,8	15,3%		1,8	-
Médiamétrie	Euro (€)	1,0	2,7%		-	1,0
Youmiam	Euro (€)	0,7	11,2%		0,7	-
Life TV	Euro (€)	1,0	12,5%		1,0	-
Alliance Gravity Data Média	Euro (€)	0,4	11,1%		-	0,4
European News Exchange	Euro (€)	0,1	20,0%		-	0,1
Fun Radio Belgique	Euro (€)	0,1	25,0%		-	0,1
Media Square	Euro (€)	0,1	8,3%		-	0,1
Autres	Euro (€)	-	-		-	-
TOTAL		5,2			3,5	1,7
Instrument dérivé actif		0,2			-	0,2
TOTAL		0,2			-	0,2
TOTAL DES INSTRUMENTS DE CAPITAUX PROPRES		5,5			3,5	1,9

Autres actifs financiers

La position au bilan est la suivante :

	30/06/2020	31/12/2019
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	8,1	0,6
Dépôts de garantie	2,9	3,8
Créances sur cessions de filiales	-	-
Autres actifs financiers	2,0	2,0
AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS	13,0	6,4
Créances sur cessions de filiales	20,8	1,7
Autres actifs financiers	0,0	0,1
AUTRES ACTIFS FINANCIERS COURANTS	20,8	1,8

La hausse des autres actifs financiers reflète à la fois l'augmentation des avances en compte courant concenties à Bedrock et Salto, et la créance née au titre de la cession de 50% des titres Bedrock à RTL Group.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 295,9 M€ au 30 juin 2020 contre 45,9 M€ au 31 décembre 2019

Les comptes et dépôts à terme sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évalués à leur juste valeur (juste valeur par résultat).

En application de la politique de placement décrite en note 20.3 du document d'enregistrement universel 2019, la quasi-intégralité des sommes est placée en comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité "investment grade".

19.2. Passifs financiers

Les différentes catégories de passifs financiers aux 31 décembre 2019 et 30 juin 2020 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2019		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat ou capitaux propres	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	125,4	125,4	-	125,4	-
Dettes locatives non courantes	35,1	35,1	-	35,1	-
Autres passifs financiers non courants	18,5	18,5	12,0	6,5	-
Autres dettes non courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes financières courantes	25,7	25,7	-	25,7	-
Dettes locatives courantes	8,0	8,0	-	8,0	-
Autres passifs financiers courants	4,2	4,2	-	4,2	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	423,0	423,0	-	423,0	-
Autres dettes d'exploitation	15,1	15,1	-	15,1	-
Dettes fiscales et sociales	125,8	125,8	-	125,8	-
Dettes sur immobilisations courantes	17,5	17,5	-	17,5	-
PASSIFS	799,0	799,0	12,0	787,0	-

30/06/2020

Ventilation par catégorie d'instruments

	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat ou capitaux propres	Coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	125,4	125,4	-	125,4	-
Dettes locatives non courantes	35,9	35,9	-	35,9	-
Autres passifs financiers non courants	18,6	18,6	12,0	6,6	-
Autres dettes non courantes	0,5	0,5	-	0,5	-
Dettes financières courantes	181,7	181,7	-	181,7	-
Dettes locatives courantes	7,4	7,4	-	7,4	-
Instruments financiers dérivés	0,1	0,1	-	-	0,1
Autres passifs financiers courants	-	-	-	-	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	392,4	392,4	-	392,4	-
Autres dettes d'exploitation	18,9	18,9	-	18,9	-
Dettes fiscales et sociales	88,5	88,5	-	88,5	-
Dettes sur immobilisations courantes	13,9	13,9	-	13,9	-
PASSIFS	883,2	883,2	12,0	871,1	0,1

Dettes financières

Les positions d'endettement sont les suivantes :

	30/06/2020	31/12/2019
Dettes bancaires	125,3	125,3
Autres	0,1	0,1
TOTAL DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	125,4	125,4
Dettes bancaires et lignes de crédits	181,7	25,7
TOTAL DETTES FINANCIÈRES COURANTES	181,7	25,7

Dettes financières non courantes :

Elles sont constituées :

- de l'emprunt obligataire de 50,0 M€ émis le 28 juillet 2017, qui porte intérêt au taux annuel de 1,5 % pour un remboursement in fine à échéance 7 ans (1^{er} août 2024) ;
- et de l'emprunt Schuldschein de 75,0 M€ émis le 24 juillet 2019, composé d'une ligne de 65,0 M€ au taux fixe de 1,0% et d'une ligne de 10,0 M€ au taux variable Euribor 6 mois majoré d'une marge de 1,0% (soit un taux de 1,0% au 30 juin 2020).

Dettes financières courantes

Elles sont essentiellement constituées des trois lignes de crédit bancaire renouvelables pour un montant total de 180,0 M€, mobilisées en mars 2020 afin de se prémunir contre le risque de liquidité tel que décrit en note 20.2 du document d'enregistrement universel 2019.

Au 30 juin 2020, ces lignes sont tirées à hauteur de 180 M€. Elles n'étaient pas utilisées au 31 décembre 2019.

Par ailleurs, le Groupe dispose d'une ligne de crédit auprès de son actionnaire principal (Bayard d'Antin) pour un tirage maximal de 50,0 M€. Au 30 juin 2020, cette ligne n'est pas tirée. Elle l'était à hauteur de 25 M€ au 31 décembre 2019.

Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers non courants de 18,6 M€ incluent :

- la dette relative à la promesse d'achat d'intérêts non-contrôlants consentis par le Groupe aux actionnaires minoritaires de la société Best of TV ;
- la dette relative aux deux contrats d'achat à terme de 300 000 et 200 000 actions propres, avec comme échéances respectives les 30 juillet 2021 et 31 mars 2022.

19.3. 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
31/12/2019			
Instruments de capitaux propres	-	-	5,3
Autres actifs financiers non courants	-	0,7	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	7,8	-
ACTIFS	-	8,6	5,3
Autres passifs financiers non courants	-	-	12,0
PASSIFS	-	-	12,0

	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
30/06/2020			
Instruments de capitaux propres	-	-	5,5
Autres actifs financiers non courants	-	0,7	-
Instruments financiers dérivés	-	0,0	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
Dépôts à terme	-	5,4	-
ACTIFS	-	6,1	5,5
Autres passifs financiers non courants	-	-	12,0
PASSIFS	-	-	12,0

20. Actions composant le capital de Métropole Télévision

(en milliers)	Actions ordinaires émises	Titres autodétenteurs	Actions en circulation
NOMBRE D'ACTIONS AU 1^{ER} JANVIER 2019	126 414	692	125 722
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	12	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	(8)	-
NOMBRE D'ACTIONS AU 31 DÉCEMBRE 2019	126 414	696	125 718
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions de performance	-	(3)	-
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité	-	50	-
NOMBRE D'ACTIONS AU 30 JUIN 2020	126 414	743	125 670

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

Quatre plans d'attribution d'actions de performance, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2020 (cf. note 8 - *Rémunérations en actions*).

La livraison de ces actions de performance n'aura toutefois pas d'impact sur le capital de Métropole Télévision puisqu'elle sera couverte par les contrats d'achat à terme d'actions propres portant sur 500 000 titres (cf. note 19.2 - *Passifs financiers*) et par les actions propres détenues dans le cadre du contrat de liquidité.

21. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le premier semestre 2020 :

	Provisions pour retraite	Provisions sur pertes des entreprises associées	Provisions pour restructuration	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1^{er} janvier 2020	45,0	-	0,5	17,8	16,9	8,9	89,1
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	(0,1)	-	-	(1,5)	-	0,6	(0,9)
Dotation de la période	1,5	-	-	3,5	4,7	1,5	11,2
Utilisation	(0,5)	-	-	(1,9)	(8,5)	(2,6)	(13,5)
Reprise non utilisée	(0,1)	-	-	(0,5)	-	(0,1)	(0,7)
Autres variations	(4,2)	1,4	-	-	0,0	(0,7)	(3,4)
Au 30 juin 2020	41,7	1,4	0,5	17,4	13,1	7,7	81,7
Courant au 1 ^{er} janvier 2020	-	-	0,5	17,8	16,9	8,9	44,0
Non courant au 1 ^{er} janvier 2020	45,0	-	-	-	-	-	45,0
TOTAL	45,0	-	0,5	17,8	16,9	8,9	89,1
Courant au 30 juin 2020	-	-	0,5	17,4	13,1	7,7	38,6
Non courant au 30 juin 2020	41,7	1,4	-	-	-	-	43,1
TOTAL	41,7	1,4	0,5	17,4	13,1	7,7	81,7

Aux 30 juin 2020 et 31 décembre 2019, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2020	31/12/2019
Télévision	47,6	53,4
Radio	23,1	23,2
Production et Droits Audiovisuels	3,6	4,0
Diversifications	7,2	8,4
Autres	0,1	0,1
TOTAL	81,7	89,1

- Les provisions pour retraite correspondent aux engagements pris au titre des indemnités de départ en retraite ne sont pas couverts par un contrat d'assurance ou des actifs dédiés.

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

En %	30/06/2020	31/12/2019
Taux d'actualisation	1,40	0,70
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 duration et des caractéristiques du régime.

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

	30/06/2020	31/12/2019
Obligation à l'ouverture	45,0	37,9
Coût du service courant, réductions/cessations	1,3	2,5
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,2	0,5
Réductions	(0,1)	(0,9)
Prestations versées	(0,5)	(1,9)
Modification de régime	-	0,8
Écarts actuariels - Changements d'hypothèse financière	(4,2)	5,3
Écarts actuariels - Effet d'expérience	-	(0,8)
Variation de périmètre	(0,1)	2,0
Obligation des actifs détenus en vue de la vente	-	(0,3)
OBLIGATION À LA CLÔTURE	41,7	45,0

- Les litiges inclus dans le poste « provisions pour litiges » se rapportent à l'ensemble des procédures judiciaires engagées contre une ou des sociétés du Groupe et pour lesquelles une issue défavorable pour le Groupe est probable. Dans une très grande majorité des cas, le litige a dépassé le stade du précontentieux et est en cours

d'examen, de jugement ou d'appel par les tribunaux compétents (commerce, prud'hommes, instance, correctionnel ou cour de cassation).

Les informations complémentaires relatives aux litiges en cours ne sont pas présentées individuellement dans la mesure où la communication de ces éléments pourrait être préjudiciable au Groupe.

- Les provisions sur droits hors bilan se rapportent à une perte de valeur de droits de diffusion que le Groupe s'est engagé à acquérir mais qui ne figurent pas encore en stocks au bilan.

En effet, la charge résultant de la probabilité de non-diffusion, 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 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 les trois dernières natures de provisions correspondent à la meilleure estimation possible de la sortie de ressources futures pour le Groupe compte tenu des réclamations des plaignants, des jugements déjà prononcés le cas échéant ou de l'appréciation de la direction au regard d'expériences similaires et/ou des calculs réalisés par la direction financière.

Le Groupe considère que les échéances de décaissements liées à ces provisions s'inscrivent dans le cadre du cycle normal de l'exploitation du Groupe, ce qui justifie la classification de ces provisions en provisions courantes.

22. Parties liées

A l'exception de la cession de 50% du capital de Bedrock à RTL Group, les transactions avec les parties liées sont de même nature que celles décrites dans la note 25 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2019.

23. Événements post clôture

- Le 1^{er} juillet 2020, le Groupe a conclu l'acquisition d'Epithète Films, société détentrice d'un catalogue de 25 longs métrages, parmi lesquels la trilogie *Belle et Sébastien*, *Malabar Princess*, *Ridicule*, *La jeune fille et les loups*, *Tu seras mon fils*. Avec cette acquisition ciblée, le Groupe poursuit la consolidation de ses activités de distribution de droits audiovisuels en complétant son catalogue, désormais riche de plus de 1 300 titres.
- Le 4 juillet 2020, le Groupe a renforcé son investissement dans Miliboo, spécialiste de la conception et de la vente de mobilier sur Internet. Le Groupe pourra ainsi détenir en 2022 jusqu'à 21,4 % du capital de la société.
- Le 15 juillet 2020, le Groupe est entré en négociations exclusives avec la société Stars, maison-mère de Teleshopping, en vue de la cession de 100% de la société Home Shopping Service.

Dans un environnement concurrentiel en profonde mutation, marqué notamment par l'essor des grandes plateformes de e-commerce internationales, le Groupe considère qu'un

rapprochement de sa filiale avec l'autre acteur majeur du secteur en France (Teleshopping) permettrait de pérenniser le modèle économique du téléachat. La cession du capital s'accompagnerait, d'une part, d'un contrat de diffusion des programmes de téléachat sur les antennes du Groupe et, d'autre part, d'une option de vente de la participation de 51% détenue par le Groupe dans Best of TV, dont l'activité devrait bénéficier du rapprochement de Home Shopping Service avec Stars.

La réalisation de l'opération reste suspendue à la finalisation des négociations et à la consultation des instances représentatives du personnel concernées.

Sous réserve des opérations à mener, l'impact sur les comptes du Groupe devrait être peu significatif.

À la connaissance de la Société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2020 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.

PARIS PREMIÈRE

6

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

ON AIME //
// LES DÉBATS
// LES PERSONNALITÉS
// LES SPECTACLES
LA NUIT ///
/// L'HUMOUR
/// LA GASTRONOMIE
LA MODE
// LA POLITIQUE
/// LA TÉLÉ
LES ÉVÉNEMENTS /
LE DIRECT ///

6.1 RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

KPMG S.A.

Tour Eqho - 2, avenue Gambetta - CS 60055
92066 Paris-La Défense Cedex

ERNST & YOUNG et Autres

Tour First - TSA 144444
92037 Paris - La Défense Cedex

Métropole Télévision

Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2020

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle

A l'Assemblée Générale de la société Métropole Télévision,

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 2020, 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 le 27 juillet 2020 sur la base des éléments disponibles à cette date dans un contexte évolutif de crise liée au Covid-19 et de difficultés à appréhender ses incidences et les perspectives d'avenir. 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.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité établi le 27 juillet 2020 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.

Paris-La Défense, le 28 juillet 2020

Les Commissaires aux Comptes

KPMG S.A.

Grégoire Menou Xavier Troupel

ERNST & YOUNG et Autres

François-Guillaume Postel

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 28 juillet 2020

Nicolas de Tavernost
Président du Directoire

Conception & Réalisation



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance

au capital de 50 565 699,20 €

89, Avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine

Tél. : 01 41 92 66 66
internet : www.groupem6.fr

339 012 452 RCS Nanterre

Siret : 339 012 452 00084

APE : 6020 A



CONTINUONS DE GRANDIR ENSEMBLE

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89 AVENUE CHARLES DE GAULLE - 92200 NEUILLY-SUR-SEINE

☎ 01 41 92 66 66 - www.groupeM6.fr