

RÉSULTATS CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 2025

214 M€ d'EBITA et 17,0% de marge opérationnelle :
Bonne tenue des performances économiques dans un marché publicitaire dégradé et accélération de la transformation digitale

FAITS MARQUANTS 2025

- Meilleure progression du marché pour les audiences TV du Groupe M6 sur toutes les cibles
 - Meilleure année depuis 3 ans en 4+ à 13,3% (+0,5 point vs. 2024)¹
 - Meilleure année depuis 4 ans en 25-49 à 21,0% (+1,4 point vs. 2024)¹
 - Changement de dimension de W9 : meilleure année auprès des 25-49 ans depuis 14 ans
- Excellentes performances en streaming en 2025 : +37%² d'utilisateurs uniques et, sur la plateforme M6+, +15%³ d'heures vues vs. 2024
- Large surperformance du groupe par rapport au marché publicitaire vidéo (-3,1% vs. c. -8%⁴ pour le marché)

CHIFFRES CLÉS 2025

- Chiffre d'affaires de 1 255,5 M€ dont 1 032,2 M€ pour les revenus publicitaires
- EBITA de 213,5 M€ et marge opérationnelle à 17%
- Croissance de +27% du chiffre d'affaires streaming⁵

PERSPECTIVES

- Diffusion exclusive des 54 matchs en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2026TM
- Mise en oeuvre rigoureuse du plan streaming
 - Distribution de M6+ sur Amazon Prime effective depuis janvier 2026
 - Confirmation de l'objectif de chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ en 2028
 - >1 milliard d'heures visionnées sur la plateforme M6+ d'ici 2028
- Lancement d'un plan de réduction des coûts de 80 M€ à horizon 2030

David Larramendy, Président du Directoire du Groupe M6, déclare :

« Les résultats financiers que nous publions aujourd'hui illustrent la capacité du groupe à se réinventer, à renforcer notre attractivité, tout en conservant une marge opérationnelle élevée : la gestion attentive des coûts nous a permis de renforcer notre offre éditoriale et de poursuivre notre développement dans le streaming tout en maintenant une rentabilité opérationnelle supérieure à nos pairs.

Ce choix stratégique de recrutements et d'investissements dans les programmes initié ces derniers mois démontre sa pertinence puisque notre groupe a réalisé en 2025 sa meilleure performance TV depuis quatre ans sur les cibles commerciales, signant ainsi la plus forte progression du marché sur toutes les cibles.

En 2026, et pour la 1ère fois dans l'histoire du groupe, nous relèverons un formidable défi : celui de diffuser l'intégralité des matchs en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2026TM, le plus grand événement sportif planétaire de l'année. C'est un carrefour d'audiences inédit pour nos antennes et notre plateforme M6+, qui permettra aux annonceurs de bénéficier d'une visibilité inégalée pour leurs marques.

Dans les prochains mois, nous allons continuer à accélérer le développement de M6+. En parallèle, nous lançons un plan de réduction de nos coûts de 80 M€ sur les prochaines années. Dans un environnement dégradé nous souhaitons ainsi conserver les marges de manœuvre nécessaires pour continuer nos investissements dans nos programmes et nos activités streaming. »

PERFORMANCES FINANCIÈRES

en M€	2025	2024	% var. FY
Chiffre d'affaires consolidé⁶	1 255,5	1 311,2	-4,2%
Revenus publicitaires Groupe	1 032,2	1 061,6	-2,8%
- dont revenus publicitaires Vidéo	884,1	912,3	-3,1%
- dont autres revenus publicitaires	148,1	249,3	-0,8%
Revenus non publicitaires Groupe	223,4	249,7	-10,5%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé⁷	213,5	242,1	-11,8%
Taux de marge opérationnelle courante	17,0%	18,5%	-1,5pt
Autres charges non récurrentes	-9,8	0,0	n.a.
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-44,2	-9,6	n.a.
Plus-value sur cessions de participations	0,1	0,0	n.a.
Résultat opérationnel (EBIT)	159,5	232,5	-31,4%
Résultat financier	3,4	13,2	n.a.
Part dans les sociétés mises en équivalence	-0,6	-7,1	91,2%
Impôts différés et exigibles	-44,0	-65,6	32,9%
Résultat net de la période	118,4	173,1	-31,6%
(hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices)			
Contribution exceptionnelle sur les bénéfices des grandes entreprises ⁸	-10,6	0	n.a.
Résultat net de la période	107,8	173,1	-37,7%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	123,4	172,8	-28,6%

En 2025, le chiffre d'affaires publicitaire du groupe s'établit à 1 032,2 M€, en baisse de -2,8% par rapport à 2024 dont 884,1 M€ pour le chiffre d'affaires publicitaire vidéo en baisse de -3,1%. Cette évolution reflète un effet de base lié à la diffusion de l'Euro au 1^{er} semestre 2024 et un recul marqué du marché publicitaire vidéo au 2nd semestre, malgré le soutien de l'activité streaming qui affiche des revenus en forte hausse (+27% sur un an).

Les revenus non publicitaires du groupe s'élevaient à 223,4 M€, soit une baisse de -10,5% reflétant un retour à un niveau proche de 2023, après une année 2024 exceptionnelle pour le cinéma.

Le chiffre d'affaires consolidé⁶ du groupe s'établit ainsi à 1 255,5 M€ (-4,2%).

En 2025, le groupe a poursuivi sa transformation vers un modèle de diffusion mixte streaming / linéaire en investissant 13,7 M€ de coûts opérationnels supplémentaires dans le streaming. Le chiffre d'affaires streaming affiche une croissance de 26,8 M€ par rapport à 2024 (+27%), et la maîtrise des OPEX de M6+ permet d'être proche de l'équilibre en cumul 18 mois après son lancement, confirmant la pertinence du choix stratégique de M6+ et de son plan d'investissement annoncé en février 2024.

Le coût de grille du pôle vidéo s'élève à 502,3 M€, en baisse de 16,4 M€, reflétant la capacité du groupe à tenir les coûts tout en investissant dans les grilles linéaires et streaming.

Le résultat opérationnel courant du groupe (EBITA)⁷ s'établit ainsi à 213,5 M€, traduisant le recul du marché publicitaire vidéo au 2nd semestre dans un contexte économique défavorable, la poursuite des investissements en Vidéo ainsi que la moindre contribution des activités cinéma et diversifications.

La marge opérationnelle atteint 17,0%.

La société SPF Franchise a lancé une seconde marque, Sixième Avenue, en mai 2025, afin d'offrir à ses franchisés une alternative à la marque SPI. Le succès de ce lancement ainsi que les départs du réseau ont entraîné une diminution importante du nombre de franchisés SPI. En conséquence, SPF Franchise a enregistré une dépréciation comptable de la marque SPI pour un montant de 35,5 M€. Le groupe a par ailleurs comptabilisé 9,8 M€ de charges non récurrentes dans les pôles Vidéo et Diversifications impactant l'EBIT.

Le résultat financier s'élève à 3,4 M€, reflétant la baisse des taux et du volume de la trésorerie. L'année 2025 se caractérise en effet par la hausse du financement des investissements dans les contenus, associée à la politique de dividendes annoncée en 2024.

La part du groupe dans les résultats des sociétés mises en équivalence s'améliore de 6,4 M€ atteignant ainsi (0,6) M€. Seule Bedrock affiche encore une perte opérationnelle, alors que toutes les autres participations du groupe sont bénéficiaires.

Le résultat net de la période attribuable au groupe et intégrant la contribution exceptionnelle sur les bénéfices des grandes entreprises⁸ de 10,6 M€, s'élève à 123,4 M€.

PERFORMANCE PAR PÔLES D'ACTIVITÉS

La contribution des 4 secteurs d'activités du groupe (Vidéo, Audio, Production & Droits audiovisuels et Diversifications) au chiffre d'affaires consolidé est la suivante :

en M€	9 mois			4 ^{ème} trimestre			Année 2025		
	2025	2024	%	2025	2024	%	2025	2024	25/24 %
Vidéo	717,4	741,9	-3,3%	274,3	294,3	-6,7%	991,8	1 036,2	-4,3%
Audio	108,4	110,4	-1,8%	46,5	48,2	-3,4%	154,9	158,6	-2,3%
Production & Droits audiovisuels	49,5	56,8	-12,9%	22,9	22,4	1,3%	72,1	79,1	-8,9%
Diversifications	26,1	28,0	-6,9%	9,8	10,5	-6,9%	35,9	36,5	-1,6%
Autres CA	0,6	0,6	-4,3%	0,2	0,2	-0,6%	0,8	0,8	-4,5%
Chiffre d'affaires consolidé	901,6	935,7	-5,0%	353,6	375,6	-5,6%	1 255,5	1 311,2	-4,2%
Vidéo							164,2	180,7	-9,2%
Audio							37,9	38,8	-2,3%
Production & Droits audiovisuels *							12,8	17,3	-27,0%
Diversifications							1,9	6,0	n.a.
Résultats non affectés *							-2,7	-0,4	n.a.
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	143,4	157,1	-8,7%	70,1	85,0	-17,6%	213,5	242,1	-11,8%
Marge opérationnelle	15,9%	16,8%		19,8%	22,6%		17,0%	18,5%	

* Depuis le 1^{er} janvier 2025, l'élimination des marges relatives entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs incorporels ou immobiliers est affectée à ce secteur.

1. Vidéo (ex-Télévision)

Transformation digitale

Avec 29,0 M d'utilisateurs uniques² en 2025, (+37% par rapport à 2024) et une augmentation de +15%³ du nombre d'heures vues sur la même période, la plateforme M6+ a confirmé son accélération.

Le chiffre d'affaires streaming augmente de +27% et s'établit à 126,3 M€, représentant ainsi 12,7% du chiffre d'affaires total du pôle Vidéo en 2025 (contre 9,6% en 2024).

Le coût de la transformation digitale est en hausse de 13,7 M€ par rapport à 2024, contre 40 M€ prévus initialement dans le plan streaming.

Audiences 2025

En 2025, avec un coût de grille identique à 2023, le groupe a renforcé son offre éditoriale, lui permettant d'atteindre son meilleur score depuis quatre ans auprès des cibles commerciales. La part d'audience de ses quatre chaînes en clair atteint ainsi 21,0% sur les 25-49 ans, soit une hausse de +1,4 point, signant ainsi la plus forte progression du marché.

Avec une part d'audience de 12,4% sur la même période, la chaîne M6 s'inscrit dans une bonne dynamique bénéficiant d'une avant-soirée renouvelée pour les jeux (*La Roue de la Fortune*, *Le Maillon Faible*). Elle profite toujours de ses primes puissantes comme *L'Amour est dans le préil* (28% sur les 25-49 ans), *Les Traîtres* (29%) ou encore *La France a un incroyable talent* (27%).

W9 réalise sa meilleure année depuis 14 ans auprès des 25-49 ans. Elle profite de l'excellente performance de l'émission *Tout Beau Tout N9uf*, le talk le plus regardé de France.

Les chaînes 6ter et Gulli voient leur part d'audience progresser de +0,4 point au total, notamment grâce aux performances du cinéma et des séries.

Performances

Dans un contexte de marché toujours volatil, le chiffre d'affaires publicitaire Vidéo atteint 884,1 M€, en baisse de -3,1% par rapport à 2024, intégrant une hausse de +26,8 M€ du chiffre d'affaires streaming qui compense en partie le recul du chiffre d'affaires linéaire au second semestre, impacté par la contraction du marché publicitaire. Le chiffre d'affaires non publicitaire du pôle vidéo est en baisse de 16,1 M€ et traduit principalement le développement de M6+ en OTT.

Le coût de grille s'élève à 502,3 M€, en recul de 16,4 M€, reflétant la flexibilité de la programmation.

L'EBITA du pôle vidéo s'élève ainsi à 164,2 M€, en baisse de 16,6 M€ qui s'explique principalement par le recul du marché publicitaire pesant pour (28,2) M€ nets de la croissance du chiffre d'affaires de M6+, des économies de 25,4 M€ des OPEX linéaires, supérieures à la hausse de (13,7) M€ des coûts du plan streaming. Le pôle Vidéo affiche ainsi une marge opérationnelle de 16,6% (-0,9 point).

2. Audio (ex-Radio)

En 2025, l'activité du pôle Audio reste dans un contexte publicitaire difficile, et le chiffre d'affaires s'établit à 154,9 M€ (-3,6 M€ par rapport à 2024).

L'EBITA, quasi stable par rapport à 2024, atteint 37,5 M€, dégageant ainsi une marge opérationnelle de 24,2%.

3. Production et droits audiovisuels

Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 72,1 M€, en baisse de 7,0 M€ par rapport à 2024, reflétant un effet de base défavorable pour l'activité cinéma qui avait connu une année record en 2024. SND enregistre 7,5 M⁹ d'entrées en 2025 (contre 9,3 M en 2024) avec de beaux succès pour les films *Mais où est passée l'été*, *Kaamelott Deuxième Volet*, *Les Bodin's partent en ville*.

En 2025, l'EBITA s'établit à 12,6 M€ (-4,7 M€ par rapport à 2024), soit une marge opérationnelle de 17,5%.

4. Diversifications

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 35,9 M€ au 31 décembre 2025, quasi stable par rapport à 2024, la baisse du volume d'activité de SPF ayant été compensée par l'année pleine des Gulli Parcs.

L'EBITA s'élève à 1,9 M€, en baisse de 4,1 M€ principalement à cause du recul de l'activité immobilière de SPF Franchise.

SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 décembre 2025, les capitaux propres du groupe s'élevaient à 1 290,7 M€ contre 1 321,1 M€ au 31 décembre 2024.

La variation globale de trésorerie s'élève à (115,9) M€, qui reflète la baisse d'activité mais surtout le financement des investissements en contenus audiovisuels et cinéma, les droits sportifs, le dividende majoré comme en 2024, et le surcoût de la contribution exceptionnelle d'impôts sur les sociétés des grandes entreprises.

DIVIDENDE

Dans ce contexte, le Directoire proposera à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 28 avril 2026, de distribuer un dividende inchangé de 1,25 € par action offrant un rendement exceptionnel de 10,3%¹⁰ et affichant un taux de distribution de 115%¹¹.

Le détachement interviendra le 4 mai 2026 et le paiement 6 mai 2026.

GOVERNANCE

Le Conseil de Surveillance, lors de sa réunion du 16 décembre 2025 a renouvelé le mandat du collège du Directoire avec effet au 13 février 2026 pour une durée de 3 années et qui reste composé de 5 membres : David Larramendy, Président, Karine Blouët, Guillaume Charles, Henri de Fontaines, et Hortense Thomine-Desmazures.

ENGAGEMENT RSE

En 2025, les objectifs de décarbonation du Groupe M6 ont été validés par SBTi (Science Based Targets initiative), référence mondiale en matière d'objectifs climatiques. Dans le cadre de cette trajectoire, le Groupe M6 s'engage d'ici 2030 à :

- Réduire de 42 % ses émissions directes (scopes 1 et 2) ;
- Diminuer de 25% ses émissions indirectes (scope 3) ;
- Couvrir deux tiers des émissions carbone liées à la distribution par des fournisseurs engagés dans une démarche SBTi.

Cette validation confirme l'engagement du Groupe M6 dans la lutte contre le changement climatique, et atteste de la ambition et de la solidité de sa trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

PERSPECTIVES

Le Groupe M6 sera le diffuseur exclusif des 54 matchs en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2026TM qui se déroulera du 11 juin au 19 juillet 2026. Cette compétition légendaire générera des audiences massives sur les supports linéaires et digitaux du groupe et créera un environnement exceptionnel pour les annonceurs qui bénéficieront d'une visibilité unique pour leurs marques. L'événement impactera à la baisse la rentabilité opérationnelle du groupe en 2026, mais il aura un impact cash-flow positif sur l'exercice, la majorité des droits ayant déjà été réglés au 1^{er} janvier 2026.

Le groupe poursuivra la mise en œuvre de son plan streaming en 2026 et au-delà. L'objectif de la transformation digitale initiée par le groupe est d'atteindre un chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ et un milliard d'heures visionnées sur la plateforme M6+ en 2028.

Par ailleurs, compte tenu de la tendance actuelle du marché publicitaire, le groupe lance un plan d'économies de 80 M€ à horizon 2030. Ces économies porteront majoritairement sur l'optimisation des coûts de production ainsi que la simplification de nos process et la réduction de nos coûts techniques. Cette réduction d'environ 8% des coûts du groupe est rendue possible par les progrès de l'intelligence artificielle dans notre secteur. Celle-ci nous permettra d'améliorer notre offre pour un coût sensiblement réduit et nous permettra ainsi de continuer à investir dans les programmes et la technologie dans un environnement profondément transformé.

Neuilly-sur-Seine, le 17 février 2026

Information financière du 1^{er} trimestre 2026 : le 28 avril 2026 avant ouverture de la Bourse.

M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.

Code SMI, code ISIN : FR0000053

¹ Médiamétrie / Médiamat - Chaînes gratuites du Groupe M6 (M6/W9/6ter/Gulli).

² Médiamétrie Médiamat annuel des estimés Médiamétrie sur la période du 16 juin au 31 octobre.

³ Données internes, site centric.

⁴ Estimés M6.

⁵ Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires digital (AVOD) et des revenus des offres M6+ Max et Gulli Max

⁶ L'information présentée vise à faire ressortir la répartition du CA consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent d'une part le CA publicitaire TV (les recettes publicitaires des chaînes de télévision en clair M6, W9, 6ter et Gulli et des plateformes 6play (De janvier à mai 2024), M6+ et Gulli Replay, et la part publicitaire des recettes des chaînes payantes), et d'autre part le CA publicitaire des radios RTL, RTL2 et Fun.

⁷ Le résultat opérationnel courant (ou EBITA) se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des amortissements et perte de valeur des actifs incorporels (à l'exception des droits audiovisuels) liés aux acquisitions et résultats de cession d'actifs financiers et de filiales et autres charges non récurrentes.

⁸ Conformément à l'article 38 de la loi de finances pour 2025, elle correspond à une majoration de 20,6% de l'IS pour les groupes réalisant un CA compris entre 1 et 3 milliards d'euros annuel.

⁹ Box Office

¹⁰ Calculé sur le cours de Bourse au 31/12/2025

¹¹ Calculé sur le Résultat net part du groupe, ajusté de l'impact de la dépréciation de SPF Franchise