

serieclub

W9

FUN
RADIO

6ter

RTL

6

RTL2

PARIS
PREMIERE

6+

téva

gulli

RÉSULTATS
ANNUELS

2025

GROUPE



AVERTISSEMENT PRÉLIMINAIRE



Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du Groupe M6, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.

Toutes les références à des performances passées du Groupe M6 ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

Le contenu de ce document ne doit pas être considéré comme un document commercial ou une sollicitation à l'achat ou à la vente d'actions du Groupe M6.

Les informations, tableaux et états financiers figurant notamment en annexe du présent document sont en attente de certification par les commissaires aux comptes et de dépôt à l'AMF (document d'enregistrement universel intégrant le rapport financier annuel).

AGENDA

1

Introduction

2

Résultats 2025

3

Priorités 2026

4

Perspectives



1

Introduction

PERFORMANCE DE L'ANNÉE

2025

EBITA 2025

Groupe M6

214 M€

Soit une **marge**
opérationnelle courante de

17 %

PERFORMANCE GROUPE 2025

-4,2 %
vs 2024

CA CONSOLIDÉ

1 256 M€

-2,8 %
vs 2024

CA PUBLICITAIRE

1 032 M€

**Croissance solide
pour M6+**

CA STREAMING

+27%

vs 2024

Maintien d'une forte rentabilité

EBITA CONSOLIDÉ

214 M€

-11,8 %
vs 2024

MARGE
OPÉRATIONNELLE
COURANTE

17%

-1,5 pts
vs 2024

RÉSULTAT NET
PART DU GROUPE

123 M€

-28,6 %
vs 2024



2

Résultats 2025

//// Publicité //////////////////////////////////////

Le Groupe M6

surperforme le marché publicitaire

en 2025

**CA PUBLICITAIRE
VIDÉO 2025
GROUPE M6**

884 M€

-3,1 %

vs 2024

VS. MARCHÉ VIDÉO *

c. -8 %

vs 2024

PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE VIDÉO *

c. 27 %

PDM* RECORD ET GAIN DE

c. + 1,4 PT



2

Résultats 2025

//// Vidéo



La Roue de la Fortune



**RETOUR DE JEUX
CULTES EN ACCESS**

ÉVÈNEMENTS SPORTIFS



L'Amour est dans le pré



**PUISSANCE DU
DIVERTISSEMENT EN SOIRÉE**

Le Maillon Faible



**PUISSANCE
DES MAGAZINES
D'INFORMATION EN SOIRÉE**

Zone interdite



La France a un Incroyable Talent



© Thomas PADULLA AGENCE 1827 MB

© GUYAUX GUYAUX

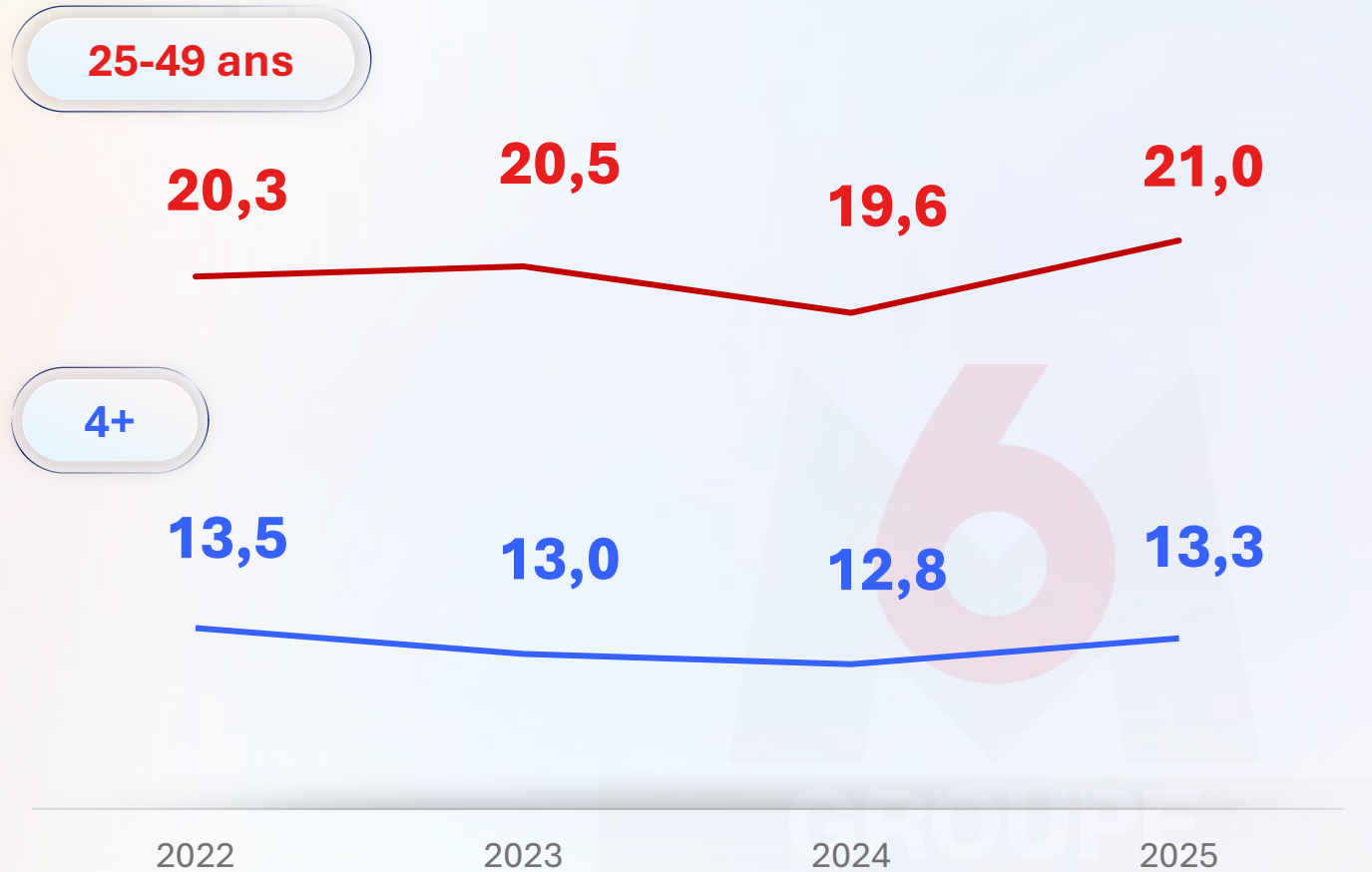
© Julien THEULY / A16

© CROISSANTIERE

© Julien THEULY / A16

LES CHOIX ÉDITORIAUX RÉALISÉS CES DEUX DERNIÈRES ANNÉES PAYENT

Part d'audience du Groupe M6 (%)



Source : Médiamétrie / Médiamat - Chaînes gratuites du Groupe M6 (M6/W9/6ter/Gulli)





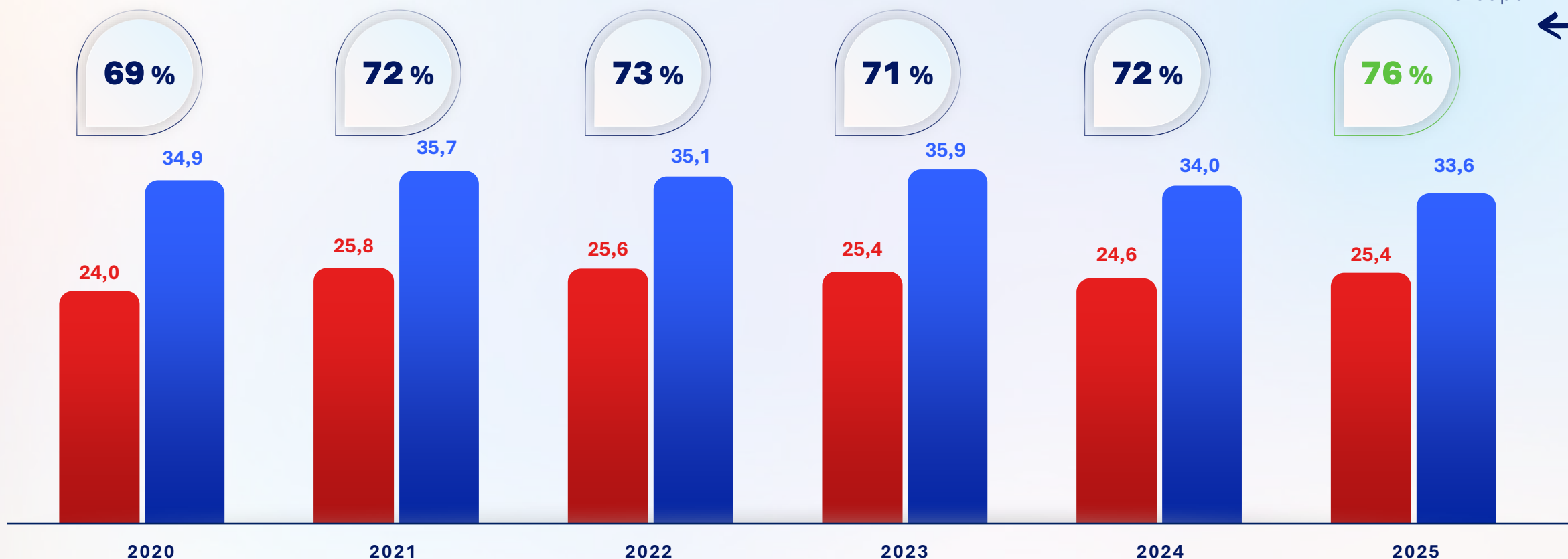
EN PRIME, L'ÉCART D'AUDIENCE ENTRE LE GROUPE M6 ET SON PRINCIPAL CONCURRENT N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI FAIBLE AUPRÈS DES -50

Parts d'audience 25-49 ans des Groupes M6 et TF1 en prime depuis 2020 (%)



Groupe TF1

Ratio Groupe M6 /
Groupe TF1





Tout Beau Tout N9uf

© Julien THEUL / M6

© Julien THEUL / M6



FLUX

Y'a que la vérité qui compte

W9

© Thomas PAQUILLA / Agence B27 / M3



FILMS

Le Roi Lion

© Disney Enterprises, Inc.™



TÉLÉRÉALITÉS

L'île de la tentation

© Julien THEUL / M6



MAGAZINES

Enquêtes criminelles

© Thomas PAQUILLA / Agence B27 / M3



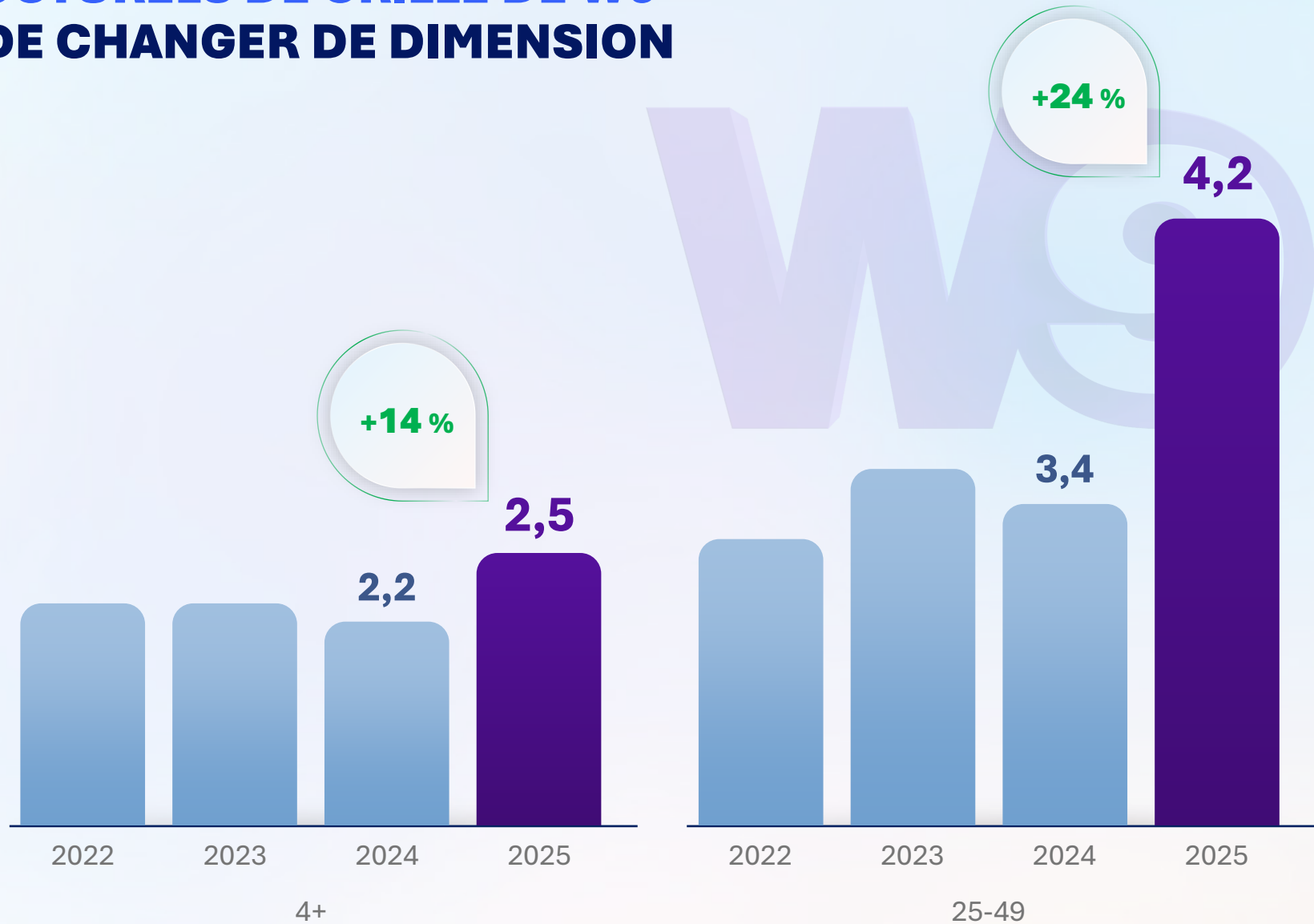
LES CHANGEMENTS STRUCTURELS DE GRILLE DE W9 ONT PERMIS À CELLE-CI DE CHANGER DE DIMENSION

W9 +24 % en un an

4,2 % de PdA 25-49 ans



MEILLEURE ANNÉE après des 25-49 ans depuis 14 ans

© BEST IMAGE



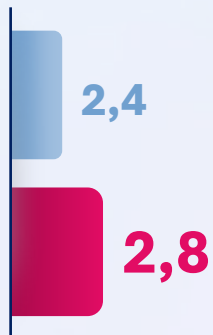
Source : Médiamétrie / Médiamat – Audience consolidée à J+28 pour les axes programmes // *En audience veille

DE NOUVEAUX RECORDS D'AUDIENCES POUR 6TER ET GULLI

2024 
2025  



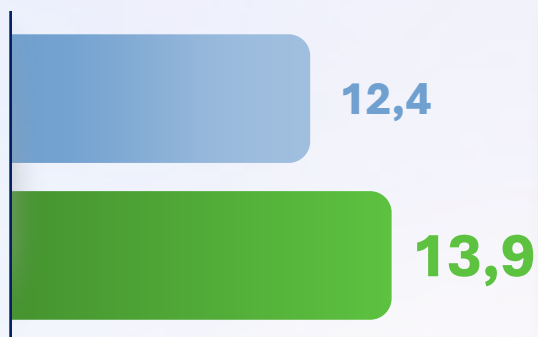
FRDA-50



+0,4pt en un an
Année historique



4-10 ans



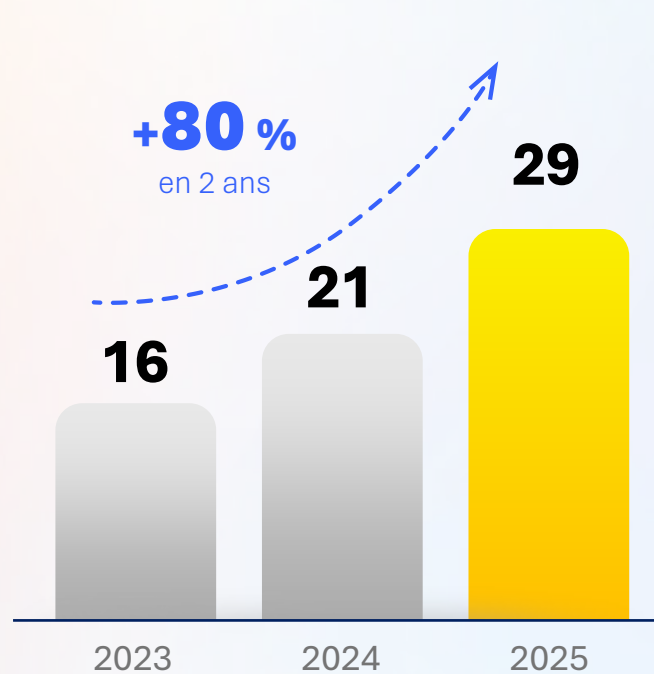
Record
auprès des enfants
depuis 6 ans



EXCELLENTE ANNÉE EN DIGITAL POUR LE GROUPE M6

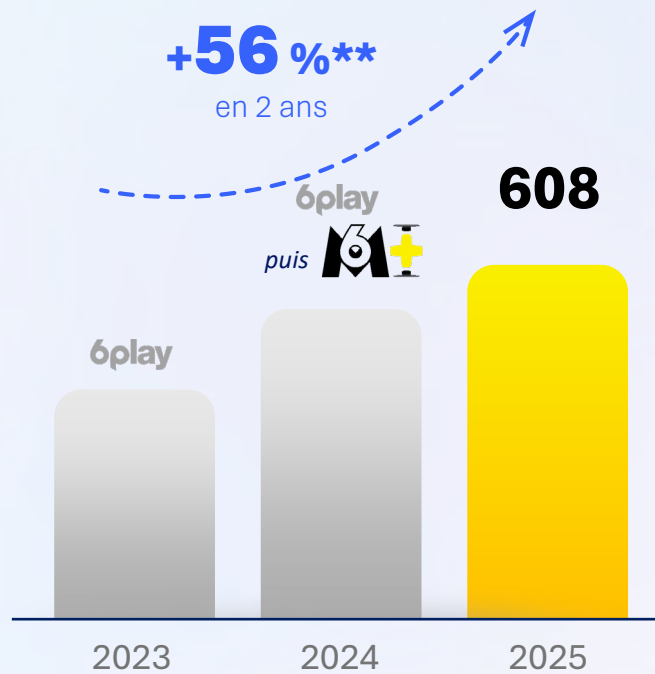
Record de fréquentation

Couverture mensuelle des contenus du Groupe M6 en streaming – en M de Français*

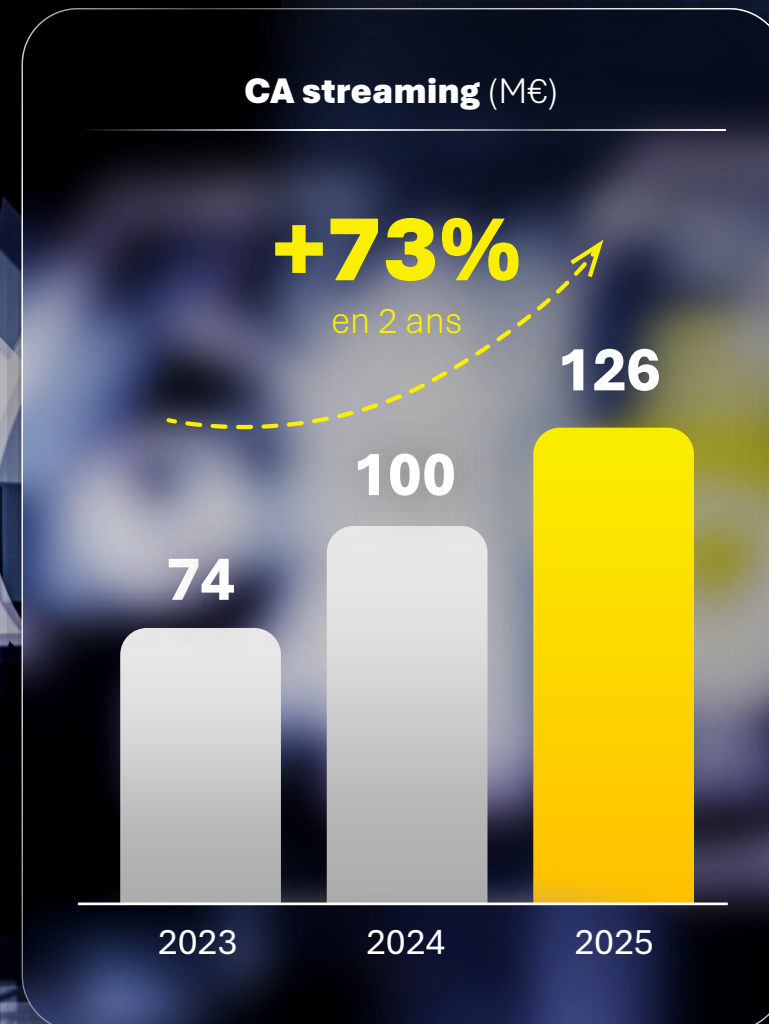


Record de consommation

Millions d'heures vues*



CA streaming (M€)



Offre française de streaming BVOD la plus jeune du marché (42 ans)

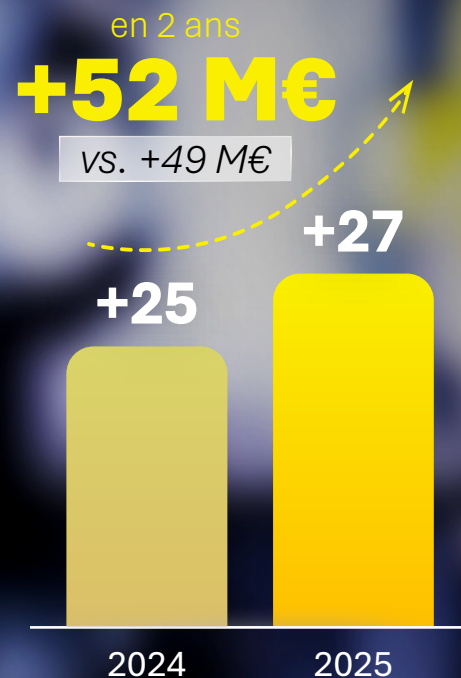
*Source : Médiamétrie Médiamat annuel incluant des estimés Médiamétrie sur la période du 16/06 au 31/10 – Groupe M6 à la demande (M6, W9, 6ter, Gulli)

** Source : Heartbeat – données internes - hors Molotov, hors applications OTT des opérateurs (Oqee, etc...), hors Vidéofutur

SUCCÈS DU MODÈLE M6+ : OBJECTIFS 2028 MAINTENUS

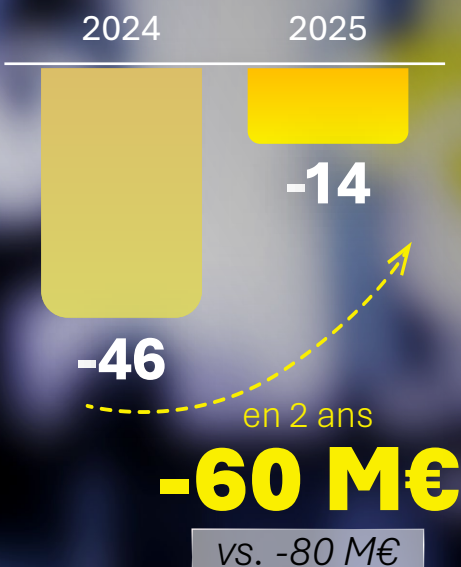
Croissance du CA streaming (M€)

Rappel de l'objectif 2028 :
> +125 M€



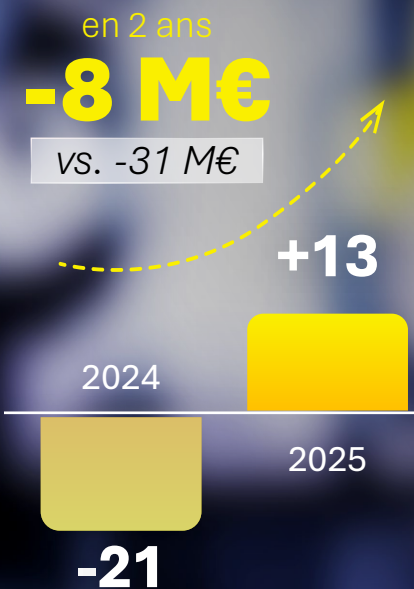
Opex streaming (M€)

Rappel de l'objectif 2028 :
-100 M€



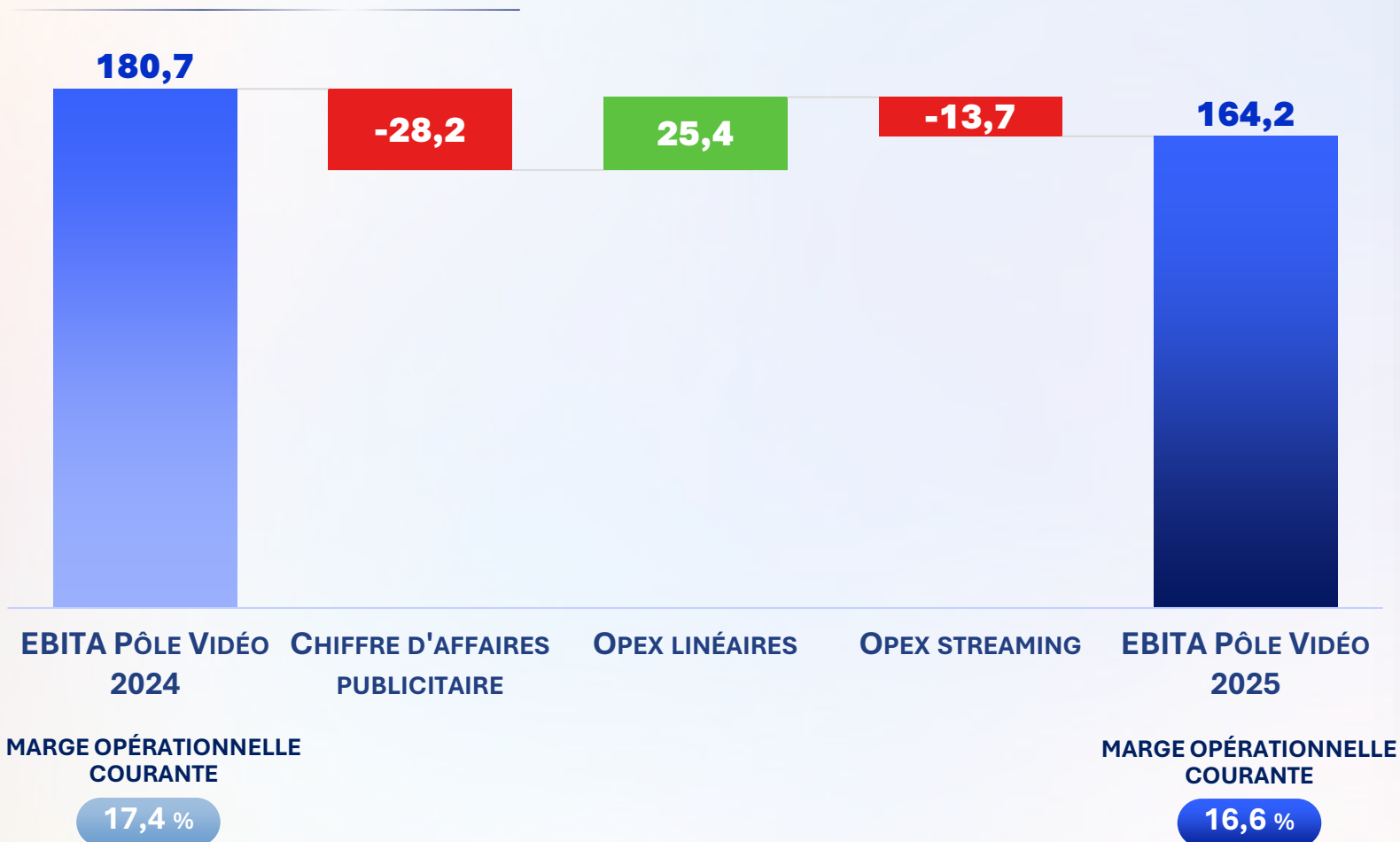
Contribution EBITA streaming (M€)

Rappel de l'objectif 2028 :
+25 M€



DANS LE CONTEXTE DE REcul DU MARCHÉ PUBLICITAIRE, LE PÔLE VIDÉO POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT DANS LE STREAMING

EBITA Pôle Vidéo (M€)



Adaptation rapide au coup de frein du marché publicitaire au S2

Optimisation du coût de grille : économies et investissements ciblés

OPEX streaming surfinancés par les économies linéaires



RTL



LE SON POP-ROCK

FUN
RADIO

2

Résultats 2025

//// Audio //////////////////////////////////////

LE GROUPE A COMPLÉTÉ ET RENFORCÉ SON OFFRE AUDIO

La puissance des rendez-vous incontournables...



Ça Peut Vous Arriver

© Julien THEVENAZ / M

RTL



Les Grosses Têtes

© Thomas PADILLA / AGENCE 1827 / RTL



Le Double Espresso

RTL2
LE SON POP-ROCK

© Sébastien TOUBON / AGENCE 1827 / RTL2



Bruno sur Fun Radio

FUN
RADIO

© Alexandre ISIDORE / AGENCE 1827 / FUN RADIO

LE GROUPE A COMPLÉTÉ ET RENFORCÉ SON OFFRE AUDIO

... est renforcée par l'enrichissement des grilles



© ISSELA / ContraintesPA / PRESS/RTL

Marc-Olivier Fogiel



© Nicolas / MARQUEES / Agence / IS27 / RTL

Anne-Sophie Lapix



© Thomas / MADILLAY / AGENCE / IS27 / RTL

Ophélie Meunier



Cyril Hanouna

PODCASTS

37M d'écoutes mensuelles

de podcasts

7 podcasts dans le TOP 30 EAR > Podcast



Les Grosses Têtes

DE PREMIERS RÉSULTATS POSITIFS EN RADIO ; PÔLE RADIO LEADER DES GROUPES PRIVÉS



61,1 %
de couverture mensuelle*

42,5 %
chaque semaine

8,4M
d'auditeurs quotidiens

© WILLIAM BEAUCORRET / AFB

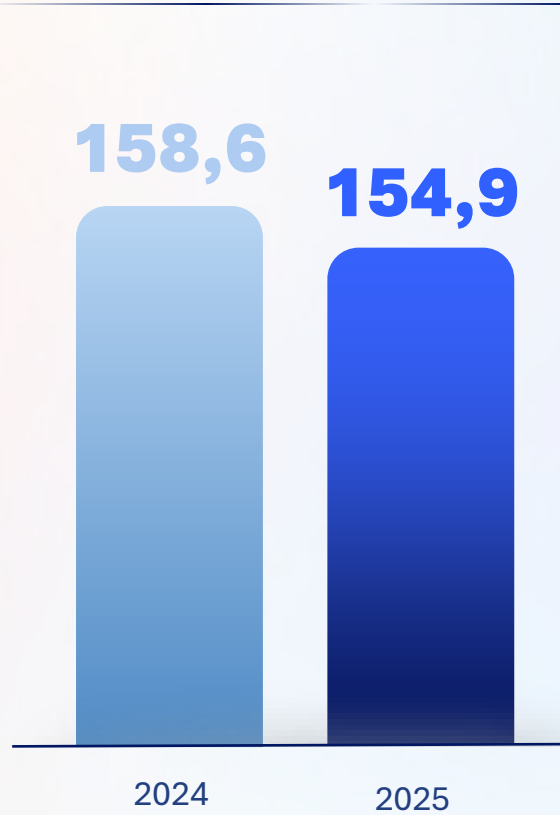
2024 - 2025

Évolution de la Part d'Audience par Groupe Radio (en %, Base 13 ans et +)

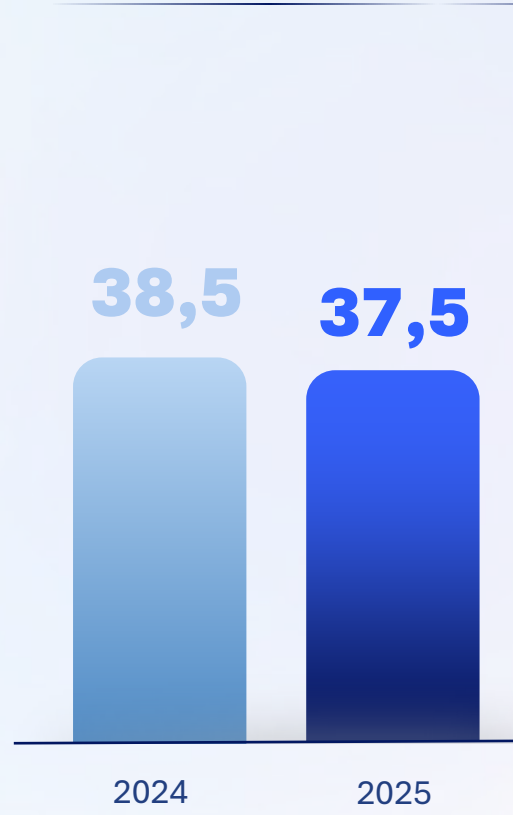


LA MARGE OPÉRATIONNELLE DU PÔLE AUDIO EST MAINTENUE À UN TRÈS HAUT NIVEAU

Chiffre d'Affaires Pôle Audio (M€)



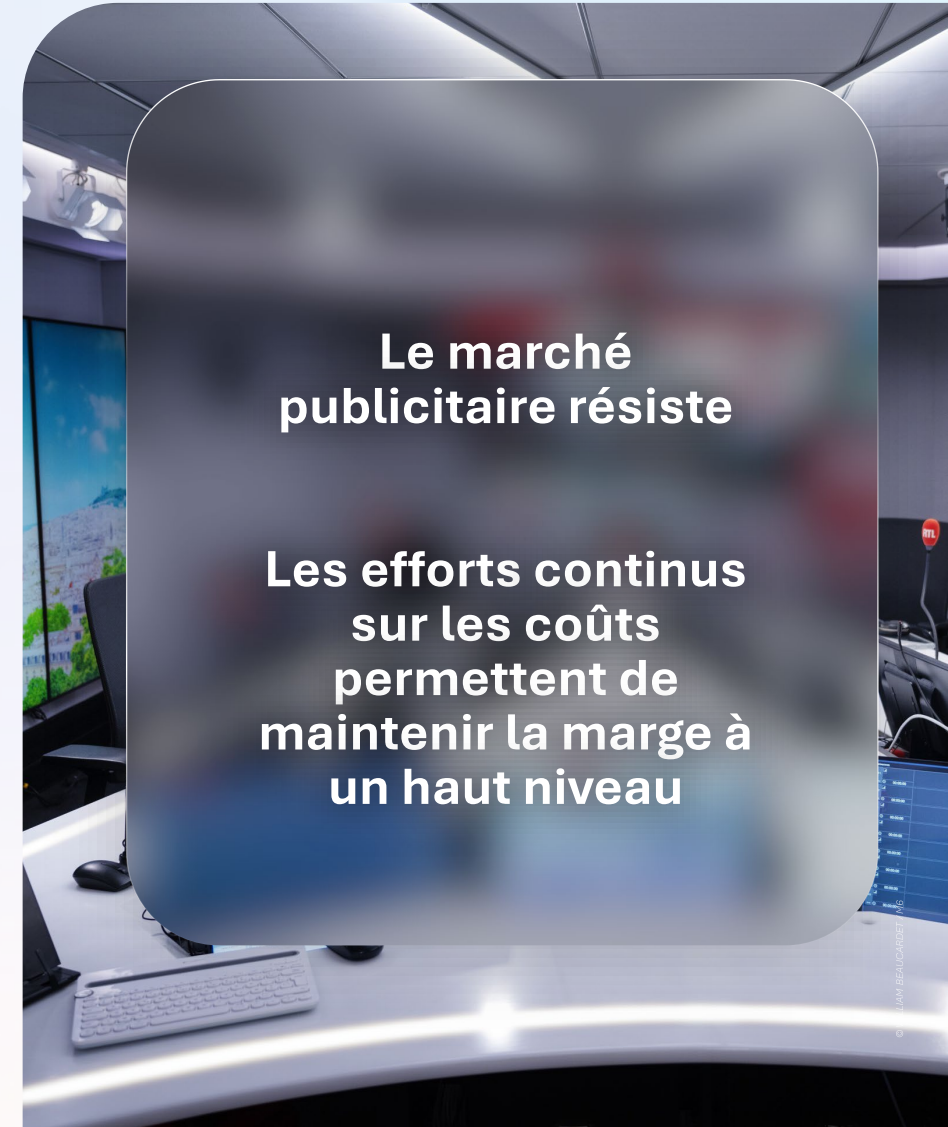
EBITA Pôle Audio (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE

24,3 %

24,2 %





2

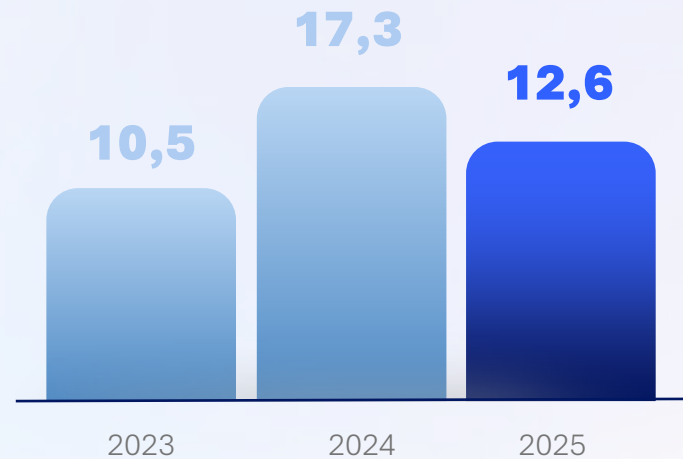
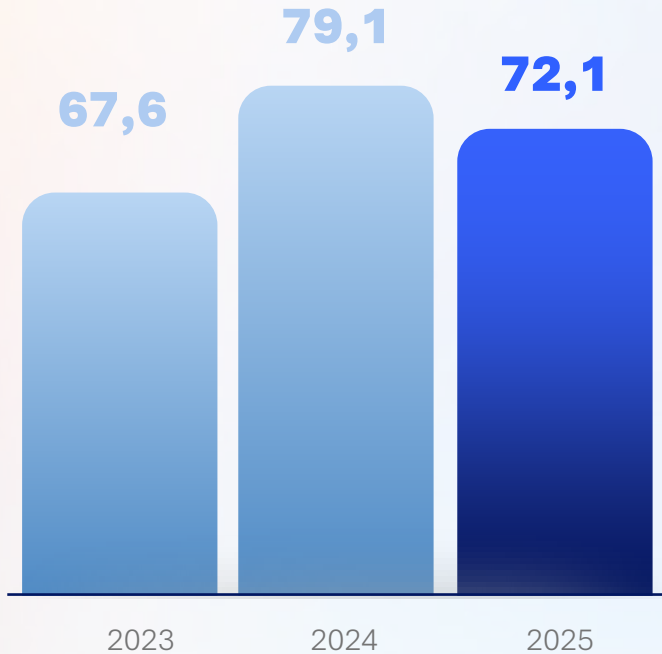
Résultats 2025

//// Production
& Droits Audiovisuels //////////////

BON NIVEAU POUR LE PÔLE PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS, APRÈS UNE ANNÉE 2024 EXCEPTIONNELLE

Chiffre d’Affaires
Production et Droits Audiovisuels (M€)

EBITA
Production et Droits Audiovisuels (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE

15,5 %

21,9 %

17,5 %

7,5 M
d’entrées en 2025 pour **SND GROUPE M6**

Année	Entrées (M€)
2023	8,3
2024	9,3
2025	7,5

Bonnes performances pour le pôle qui reste à un niveau de marge opérationnelle élevé

Source : CBO Box Office



INTERACTIONS

LB La
Boîte
aux
Enfants

Sixième
Avenue

l'immobilier par

2

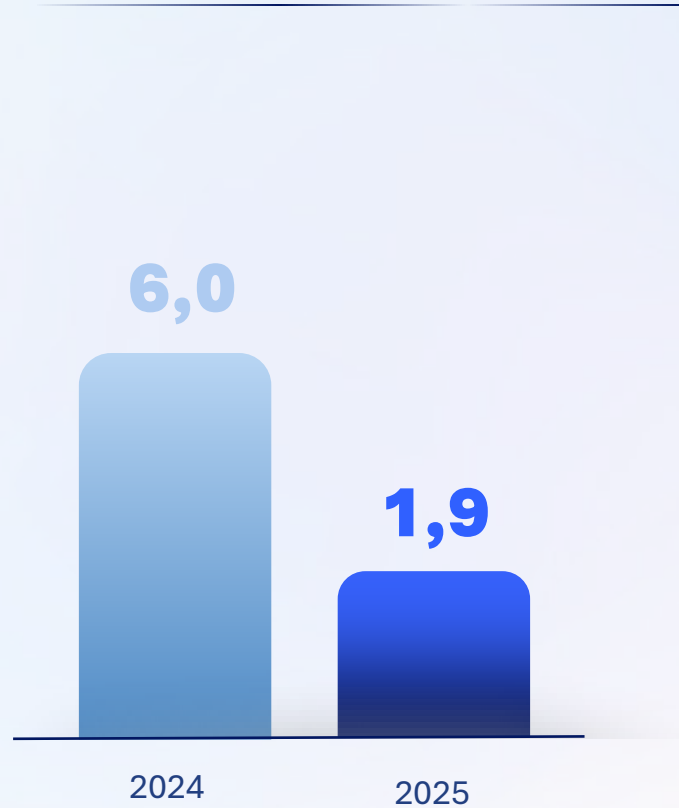
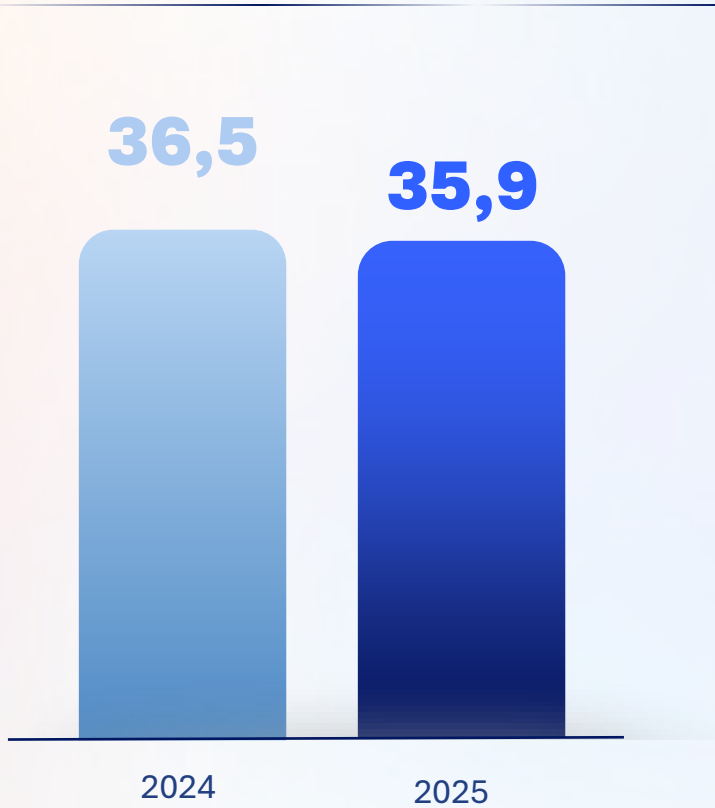
Résultats 2025

////// Diversifications //////////////////////////////////////

CHIFFRE D'AFFAIRES STABLE

Chiffre d'Affaires
Pôle Diversifications (M€)

EBITA
Pôle Diversifications (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE

16,4 % 5,2 %

Effet année pleine pour LBAE

Baisse du volume d'activité de SPF Franchise

Lancement de la marque Sixième Avenue

Diminution du parc de franchisés SPI

MISES EN EQUIVALENCE : QUOTE PART DE RESULTAT EN HAUSSE SUR LA PERIODE

		2024	2025
Marketing digital	 	2,8	2,6
Tech Streaming	 	-10,3	-3,5
Autres**		0,5	0,4
Total		(7,1)	(0,6)

Atolls: une performance opérationnelle nettement renforcée

	2023	2024	2025
EBITDA	34,7	45,8	46,2
Marge	19,1 %	27,6 %	31,9 %

Bedrock : onboarding de RTL+ Deutschland
Impact : chiffre d'affaires multiplié par 2

* Incl. gain de dilution & ajustement pour 21,2 M€

** Academie, Miliboo, Pariocas, BG team, WBA, Mon Associé Factory, SérieClub



2

Résultats 2025

Comptes

ETAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ

Groupe M6 – en M€	31 décembre 2025	31 décembre 2024	Variation 2025 / 2024
Total des produits opérationnels	1 265,8	1 322,2	(56,4)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	213,5	242,1	(28,6)
Plus-value sur cessions de filiales	0,1	0,0	0,1
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(44,2)	(9,6)	(34,6)
Autres charges non récurrentes	(9,8)	0,0	(9,8)
Résultat Opérationnel [EBIT]	159,5	232,5	(72,9)
Résultat financier	3,4	13,2	(9,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(0,6)	(7,1)	6,4
Résultat courant avant impôt	162,3	238,6	(76,3)
Impôt sur le résultat (<i>hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices</i>)	(44,0)	(65,6)	21,6
Résultat net de la période (hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices)	118,4	173,1	(54,7)
Contribution exceptionnelle sur les bénéfices	(10,6)	-	(10,6)
Résultat net de la période	107,8	173,1	(65,3)
Résultat net attribuable au Groupe	123,4	172,8	(49,4)
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	(15,7)	0,3	(15,9)

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6 – en M€	31 décembre 2025	31 décembre 2024	Variation 2025 / 2024
Goodwill	305,6	304,6	1,0
Actif non courant	618,9	632,0	(13,1)
Actif courant	845,9	790,0	56,0
Trésorerie	216,0	332,0	(115,9)
TOTAL ACTIF	1 986,4	2 058,5	(72,1)
Capitaux propres part du groupe	1 290,7	1 321,1	(30,4)
Intérêts non-contrôlants	15,9	31,5	(15,6)
Passif non courant	87,6	171,9	(84,2)
Passif courant	592,1	534,1	58,1
TOTAL PASSIF	1 986,4	2 058,5	(72,1)

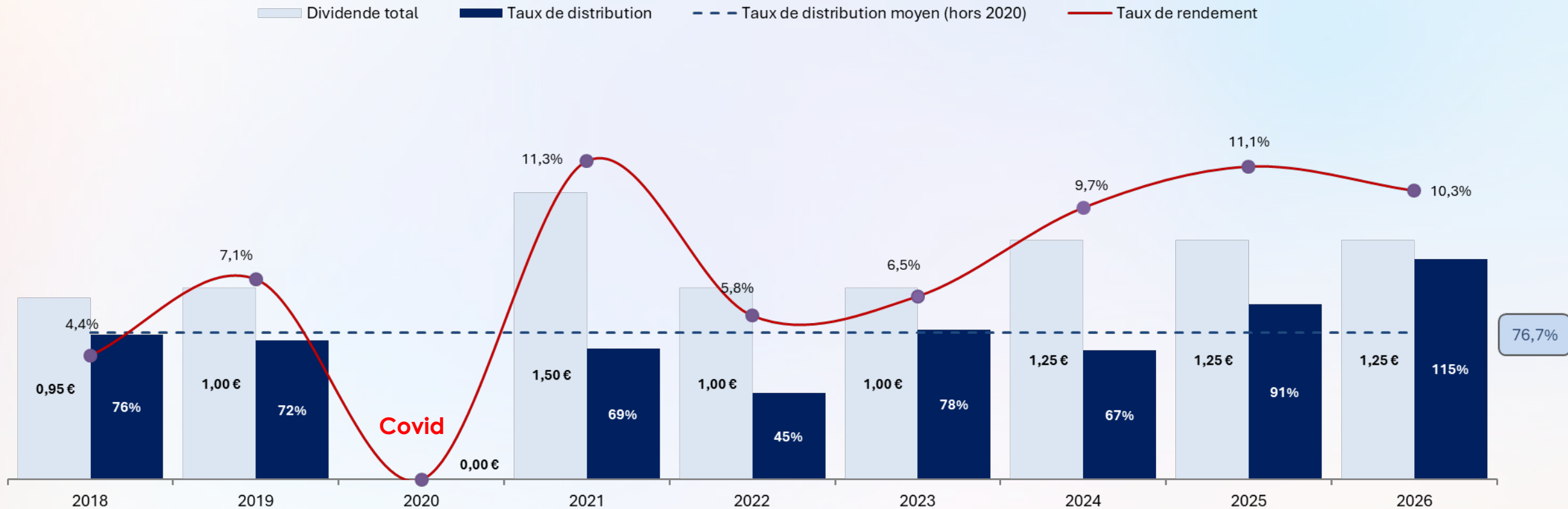
TABLEAUX DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6 – en M€	31 décembre 2025	31 décembre 2024	Variation 2025 / 2024
Capacité d'autofinancement d'exploitation	302,3	341,0	(38,7)
Variation de BFR d'exploitation	(95,5)	(72,9)	(22,6)
Impôt	(67,8)	(69,1)	1,3
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	139,0	199,0	(60,0)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(74,0)	(81,4)	7,4
Eléments récurrents	(73,5)	(67,2)	(6,3)
Eléments non récurrents	(0,5)	(14,2)	13,7
Flux de trésorerie des activités de financement	(181,0)	(229,4)	48,4
Distribution de dividendes	(157,1)	(161,6)	4,5
Opérations en capital	(6,1)	0,1	(6,3)
Financement	1,7	(50,7)	52,4
Apports en comptes courants des coentreprises	(9,7)	(7,2)	(2,5)
Remboursement des dettes locatives	(8,4)	(6,5)	(1,9)
Autres	(1,4)	(3,6)	2,3
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,1	(0,2)	0,3
Variation globale de trésorerie	(115,9)	(112,0)	
Trésorerie à l'ouverture	332,0	443,9	(112,0)
Trésorerie à la clôture	216,0	332,0	(115,9)
Trésorerie nette de clôture*	139,9	256,5	(116,6)

* La présentation de la trésorerie nette exclut désormais les prêts et emprunts aux associés

PROPOSITION DE VERSEMENT D'UN DIVIDENDE PAR ACTION DE 1,25 €

Évolution 2018 - 2026



* Payout calculé sur le Résultat Net ajusté des écritures non-cash



2

Résultats 2025

//// Responsabilité
Sociale de l'Entreprise ///

LA TRAJECTOIRE DE DÉCARBONATION DU GROUPE M6 A ÉTÉ VALIDÉE PAR SBTI FIN OCTOBRE 2025

Principaux leviers de décarbonation

- Economies d'énergie
- Politique mobilité
- Eco production
- Achats responsables
- Engagement fournisseurs de distribution

Objectifs de réduction 2023-2030

Scopes 1 & 2

Réduction
absolue

-42 %

Scope 3

Réduction
absolue

-25 %

Engagement
fournisseurs

2/3

des émissions carbone
de la distribution
couvertes par des
fournisseurs engagés SBTi



3

Priorités 2026

UN MARCHÉ PUBLICITAIRE TOUJOURS SOUS PRESSION, MAIS LES FORCES DU MÉDIA TV RESTENT UNIQUES



**Le reach
quotidien**
qui atteint 72%



**Le contexte
brand safe**
qui permet aux
annonceurs de
bénéficier d'un
environnement sûr
pour leurs marques



**La
consommation
collective**
qui démultiplie l'impact
pour les annonceurs



La digitalisation
qui avance à grands
pas

La Coupe du Monde

est une opportunité
formidable
pour le Groupe



M6 sera incontournable en 2026 et en 2030

- **100% des matchs en clair (54 matchs) sur M6 et M6+, audiences attendues exceptionnelles**
- **Monétisation des grands événements sportifs en croissance**
(+38% recettes pubs entre EURO 2024 et EURO 2020)
- **Début de commercialisation 2026 prometteur**
- **Renforcement du positionnement du Groupe : annonceurs, distributeurs, téléspectateurs**

La Coupe du Monde

est **une opportunité formidable**
pour **le Groupe**



M6 sera incontournable en 2026 et en 2030

- Un impact EBITA négatif, qui dépendra de la dynamique sportive de la compétition
- Un effet cash-flow positif significatif



4

Perspectives



Perspectives

2030

1

Continuer à progresser en audiences et sur les marchés publicitaires vidéo et audio

2

Poursuivre la transformation du modèle opérationnel

3

Adapter le cadre réglementaire de l'audiovisuel français à la situation actuelle

Perspectives

2030

2

Poursuivre la transformation du modèle opérationnel



Plan M6 2030

80 M€

d'économies dans les 5 ans

1

Optimisation des coûts de production

2

Simplification des processus

3

Rationalisation des coûts techniques

Perspectives

2030

3

Adapter le cadre réglementaire de l'audiovisuel français à la situation actuelle



Faciliter la consolidation du marché



Libérer la publicité



Sécuriser le financement de la création



Baisser les coûts de diffusion



Dynamiser la radio



Assurer la transparence des investissements entre acteurs média nationaux et plateformes



Q&A