

INFORMATION FINANCIÈRE DU 1^{er} TRIMESTRE 2026

Bonnes performances d'audiences et rentabilité en hausse au T1 2026

FAITS MARQUANTS

- Part d'audience des 4 chaînes en clair du groupe en hausse de +0,4 point à 20,6%¹ sur les 25-49 ans
- Croissance de l'EBITA et de la marge opérationnelle
- Forte croissance du chiffre d'affaires streaming et +14% d'utilisateurs uniques sur la plateforme M6+
- RTL : progression la plus forte au sein des stations généralistes sur janvier-mars 2026

CHIFFRES CLÉS

- Chiffre d'affaires consolidé² au T1 2026 : 297,7 M€ (vs. 314,9 M€ au T1 2025, soit -5,5%)
- Croissance de +23,6% du chiffre d'affaires streaming qui représente 12,7% du CA du pôle vidéo (vs. 9,9% au T1 2025)
- Hausse de l'EBITA consolidé³ de +1,0 M€ (vs T1 2025) à 49,1 M€
- Amélioration de la marge opérationnelle au T1 2026 à 16,5% (+1,2 pts vs T1 2025)

PERSPECTIVES

- Diffusion exclusive des matchs en clair de la FIFA dès le 11 juin 2026
 - Anticipation de fortes audiences et de recettes publicitaires en hausse
 - Impact négatif confirmé sur la rentabilité opérationnelle
- Confirmation des objectifs du plan streaming
 - Chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ en 2028
 - >1 milliard d'heures visionnées sur la plateforme d'ici à 2028
- Mise en œuvre progressive du plan d'économies de 80 M€ à horizon 2030

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

« Notre groupe a réalisé en ce début d'année une nouvelle progression de ses audiences vidéo, confirmant la bonne dynamique observée depuis la rentrée 2025. Hors diffusion des Jeux Olympiques d'hiver et à périmètre équivalent, le Groupe M6 réalise notamment la plus forte progression du marché sur la cible commerciale des 25-49 ans sur un an.

Dans un contexte de marché difficile, notre marge opérationnelle s'inscrit en progression par rapport au 1^{er} trimestre 2025 grâce à la transformation du groupe et à une gestion rigoureuse de nos coûts.

L'année 2026 sera une année atypique pour le Groupe M6 qui, pour la première fois de son histoire, sera le diffuseur exclusif de l'intégralité des matchs en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. Nous entendons capitaliser au maximum sur cette formidable opportunité très attendue par les annonceurs, qui bénéficieront d'audiences massives pour leurs marques. »

¹ Mediamétrie Médiamat, chaînes TNT du Médiamat Quotidien (MNQ / SE), janvier-mars 2026

² 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 M6+ 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.

³ 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.

PERFORMANCES FINANCIÈRES

en M€	T1 2026	T1 2025	% var. T1
Chiffre d'affaires consolidé²	297,7	314,9	-5,5%
Revenus publicitaires Groupe	239,0	253,9	-5,9%
- dont revenus publicitaires Vidéo	206,5	222,0	-7,0%
- dont autres revenus publicitaires	32,4	31,9	1,8%
Revenus non publicitaires Groupe	58,7	61,1	-3,9%

Le 1^{er} trimestre 2026 a été marqué par un environnement économique dégradé impactant le marché publicitaire vidéo. Dans ce contexte, **les revenus publicitaires du groupe sont en recul de -5,9% par rapport au 1^{er} trimestre 2025**, malgré la forte croissance de l'activité streaming.

Les revenus non publicitaires du groupe s'établissent à 58,7 M€, en recul de -2,4 M€ par rapport au 1^{er} trimestre 2025. La hausse des autres revenus du pôle vidéo atténuée en partie le recul du pôle Production et droits audiovisuels dont l'activité cinéma est en recul sur la période, le calendrier des sorties de films, étant majoritairement concentré sur le 2nd semestre 2026.

Le chiffre d'affaires consolidé s'élève ainsi à 297,7 M€, en baisse de -5,5% par rapport au 31 mars 2025.

Grâce à une forte maîtrise des coûts, **l'EBITA consolidé atteint 49,1 M€, soit +1,0 M€** par rapport au 31 mars 2025, dégagant ainsi une **marge opérationnelle de 16,5%, en hausse de +1,2 point par rapport au 1^{er} trimestre 2025**.

PERFORMANCE TRIMESTRIELLE 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€	1 ^{er} trimestre		
	2026	2025	%
Vidéo (ex-Télévision)	240,1	249,7	-3,8%
Audio (ex-Radio)	34,0	33,5	+1,5%
Production & Droits audiovisuels	14,9	21,6	-31,2%
Diversifications	8,5	9,9	-14,7%
Autres CA	0,2	0,2	n/a
Chiffre d'affaires consolidé	297,7	314,9	-5,5%

1. Vidéo (ex-Télévision)

Audiences

Au 1^{er} trimestre 2026, la part d'audience des quatre chaînes en clair du Groupe M6 (M6, W9, 6ter et Gulli) s'élève à **20,6%** sur la cible commerciale des 25-49 ans, en hausse de +0,4 point.

La chaîne M6 réalise une part d'audience de 11,5% (-0,8 point), cette baisse reflétant principalement l'impact de la diffusion des Jeux Olympiques d'hiver sur les chaînes du Groupe France Télévision.

Avec une part d'audience de 5,0% sur la cible commerciale des 25-49 ans, en hausse de +1,2 point sur le trimestre, W9 se classe 1^{ère} chaîne de la TNT auprès de cette cible et de l'ensemble du public. La chaîne profite notamment de l'excellente performance de l'émission *Tout Beau Tout N9uf*.

De leur côté, 6ter et Gulli enregistrent des parts d'audiences stables par rapport au 1^{er} trimestre 2025.

La plateforme **M6+** enregistre 31,7 M⁴ d'utilisateurs uniques au 31 mars 2026, soit une hausse de **+14%** par rapport au 1^{er} trimestre 2025.

Performances

Dans un contexte de marché toujours difficile, **le chiffre d'affaires publicitaire du pôle Vidéo s'élève à 206,5 M€ au 1^{er} trimestre 2026**, en baisse de **-7,0%** par rapport au 1^{er} trimestre 2025. **Le chiffre d'affaires streaming⁵, qui atteint 30,5 M€, en hausse de +5,8 M€**, compense en partie le recul du chiffre d'affaires linéaire.

2. Audio (ex-Radio)

Sur la vague janvier-mars, le pôle Audio maintient sa position de **leader des groupes privés**. Il affiche une part d'audience de 15,9%⁶ auprès des auditeurs âgés de 13 ans et plus, stable par rapport à la vague précédente. La part d'audience commerciale des radios du Groupe M6 s'élève à 21,1%⁷, en croissance de 1,3 points par rapport à la vague précédente.

Sur les trois premiers mois de l'année, **le chiffre d'affaires du pôle audio s'établit à 34,0 M€, en hausse de +1,5 %**.

3. Production et droits audiovisuels

Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 14,9 M€, en baisse de 6,7 M€.

Le moindre dynamisme de l'activité cinéma au 1^{er} trimestre 2026 s'explique par le calendrier des sorties de films, majoritairement concentré au 2nd semestre 2026. Le nombre d'entrées au 1^{er} trimestre 2026 s'élève à 1,2 M⁸ (*Chers Parents* et *Le Crime du 3^{ème} étage*) contre 2,4 M d'entrées au 1^{er} trimestre 2025 (principalement *Les Bodin's partent en ville*, *Conclave*, *Dis-moi juste que tu m'aimes* et *Le Secret de Kheops*).

4. Diversifications

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 8,5 M€ au 31 mars 2026, en baisse de 1,5 M€, marquée à la fois par une baisse du volume de l'activité immobilière et l'impact de la conjoncture économique sur l'activité de la Boîte Aux Enfants.

⁴ Médiamétrie / Médiamat - Chaînes M6, W9, 6ter et Gulli à la demande

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

⁶ Médiamétrie EAR - National janvier-mars 2026 vs novembre-décembre 2025 lundi à vendredi, 13+, 5h-24h, PDA

⁷ Médiamétrie EAR - National, janvier à mars 2026 vs novembre-décembre 2025, lundi à vendredi, 25-59 ans, 5h-24h, PDAC (16 stations commerciales)

⁸ CBO Box office

AUTRES INFORMATIONS

Situation financière et dividende

Au 31 mars 2026, les capitaux propres du groupe s'élèvent à 1 320,3 M€ contre 1 290,7 M€ au 31 décembre 2025 et la trésorerie nette s'établit à +124,1 M€ contre +139,9 M€ au 31 décembre 2025.

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour sera notamment amenée à approuver le versement d'un dividende par action de 1,25€ au titre de l'exercice 2025, offrant ainsi un rendement de 10,3 %⁹.

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

Engagement RSE

Lors de sa 4^{ème} édition, le Grand Prix de l'ANDRH¹⁰ a distingué le Groupe M6 dans la catégorie « Diversité & Inclusion » pour son engagement en faveur de la réinsertion par l'emploi des personnes sortant de prison et tout particulièrement pour la conception et le déploiement au sein d'autres entreprises de la journée « Découverte ».

PERSPECTIVES

Le 2^{ème} trimestre sera marqué par la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2026TM qui se déroulera du 11 juin au 19 juillet 2026. A cette occasion, le Groupe M6 anticipe de fortes audiences ainsi que des recettes publicitaires en hausse avec un effet cash-flow positif. L'événement impactera néanmoins négativement la rentabilité opérationnelle sur l'année.

Information du 1^{er} semestre 2026 : le 28 juillet 2026 après clôture de la Bourse.

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

Code MMT, code ISIN : FR0000053

⁹ Calculé sur le cours de Bourse au 31/12/2025

¹⁰ Association de loi 1901, créée en 1947, l'ANDRH est la plus grande communauté de professionnels des ressources humaines en France. Le Grand Prix de l'ANDRH met à l'honneur des équipes RH engagées dans des projets concrets et mesurables autour de 4 thématiques : Dialogue Social, Diversité & Inclusion, RH & Environnement, et IA et Data