

2026

RÉSULTATS SEMESTRIELS



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 reflètent l'information financière disponible dans le rapport financier semestriel, certifié par les commissaires aux comptes et qui sera déposé à l'AMF.

SOMMAIRE

1

BILAN COUPE DU MONDE FIFA 2026™

2

RÉSULTATS S1 2026

3

PERSPECTIVES



1

BILAN COUPE DU MONDE FIFA 2026™

CHANGEMENT DE DIMENSION DU GROUPE M6 AVEC LE SUCCÈS DE LA DIFFUSION DE LA COUPE DU MONDE FIFA 2026™

VISIBILITÉ EXCEPTIONNELLE DE LA MARQUE M6 ET DE SES PROGRAMMES AUPRÈS DU PUBLIC

M6, 1^{ère} chaîne nationale
du 11 juin au 19 juillet

60 M de Français
ont regardé la Coupe du Monde 2026

c. **100%** des **25-49 ans**
ont regardé les matches

Audiences record
pour les matches des
Bleus



13,7M 4+
4,8M 25-49 ans
en moyenne hors France-Irak

M6 réalise les **10** meilleures audiences de l'année
et sa **2^{ème}** meilleure audience historique

Top 3
Audiences (M)
PDA 25-49 ans (%)



20,3 M / 86%



16,3 M / 87%



14,1 M / 79%

CHANGEMENT DE DIMENSION DU GROUPE M6 AVEC LE SUCCÈS DE LA DIFFUSION DE LA COUPE DU MONDE FIFA 2026™

UNE PERFORMANCE DIGITALE SPECTACULAIRE SUR



 **11 M** d'utilisateurs actifs
sur l'ensemble de la compétition

 **+100 M** de vidéos vues

 **4,2 M** comptes créés

 **N°1** des téléchargements
gratuits dans les Stores

Source : Données internes M6+

CHANGEMENT DE DIMENSION DU GROUPE M6 AVEC LE SUCCÈS DE LA DIFFUSION DE LA COUPE DU MONDE FIFA 2026™

UNE PERFORMANCE COMMERCIALE HISTORIQUE

1^{er} groupe TV en termes de contacts publicitaires
pendant l'événement^{1,2}

M6, 1^{ère} chaîne avec plus de 50%
des contacts publicitaires des chaînes historiques²

+300 marques présentes au cours de l'événement,
+40 opérations spéciales et événements organisés

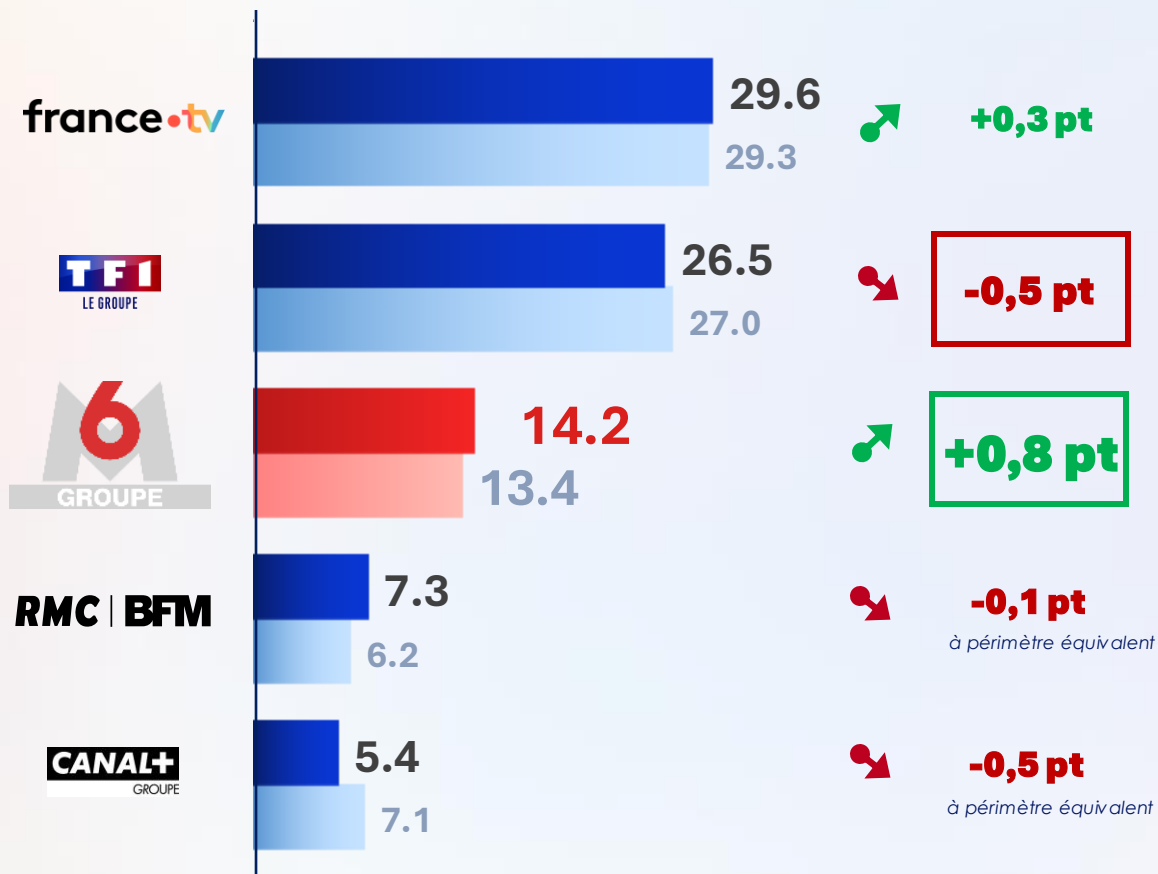
2

Résultats S1 2026

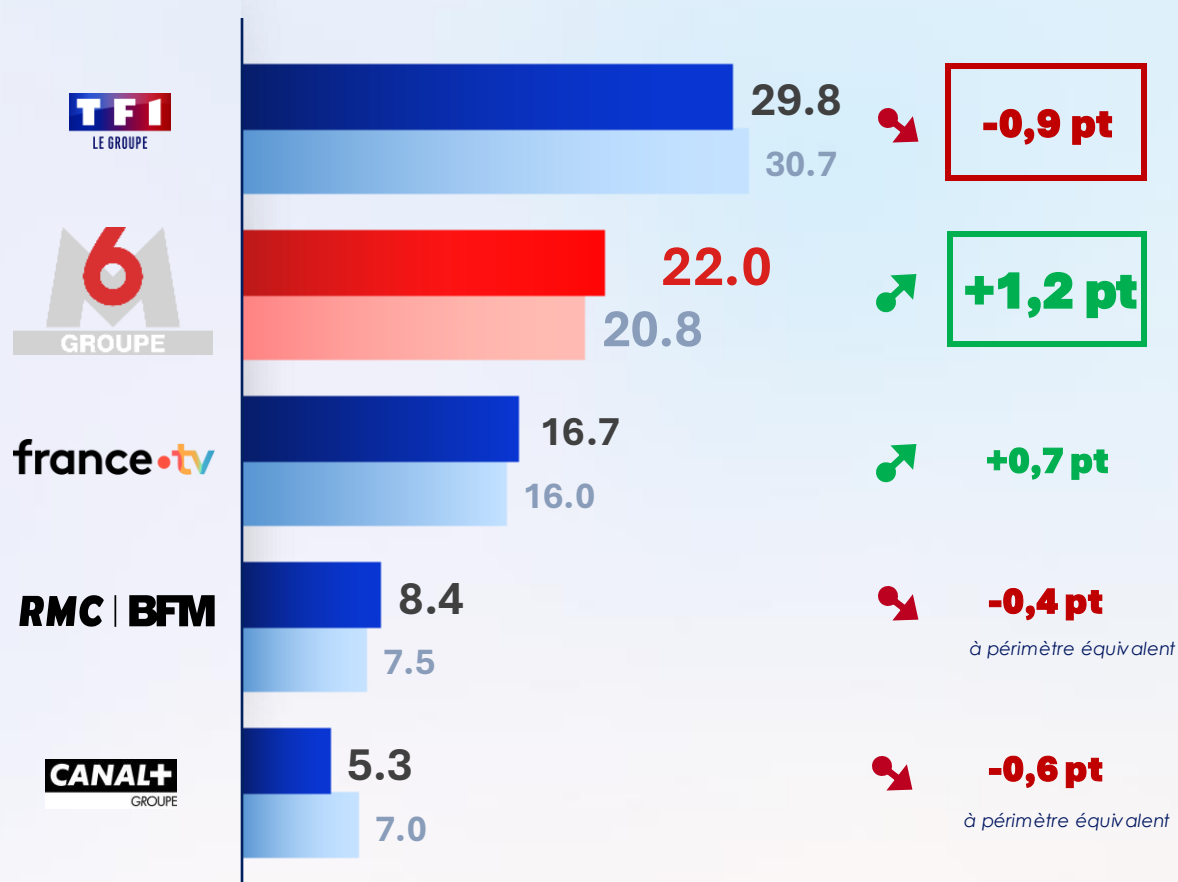
Vidéo

LE GROUPE M6 SIGNE LA PLUS FORTE HAUSSE DU MARCHÉ MEILLEUR SEMESTRE HISTORIQUE SUR LES 25-49 ANS

Part d'audience 4+ (%)

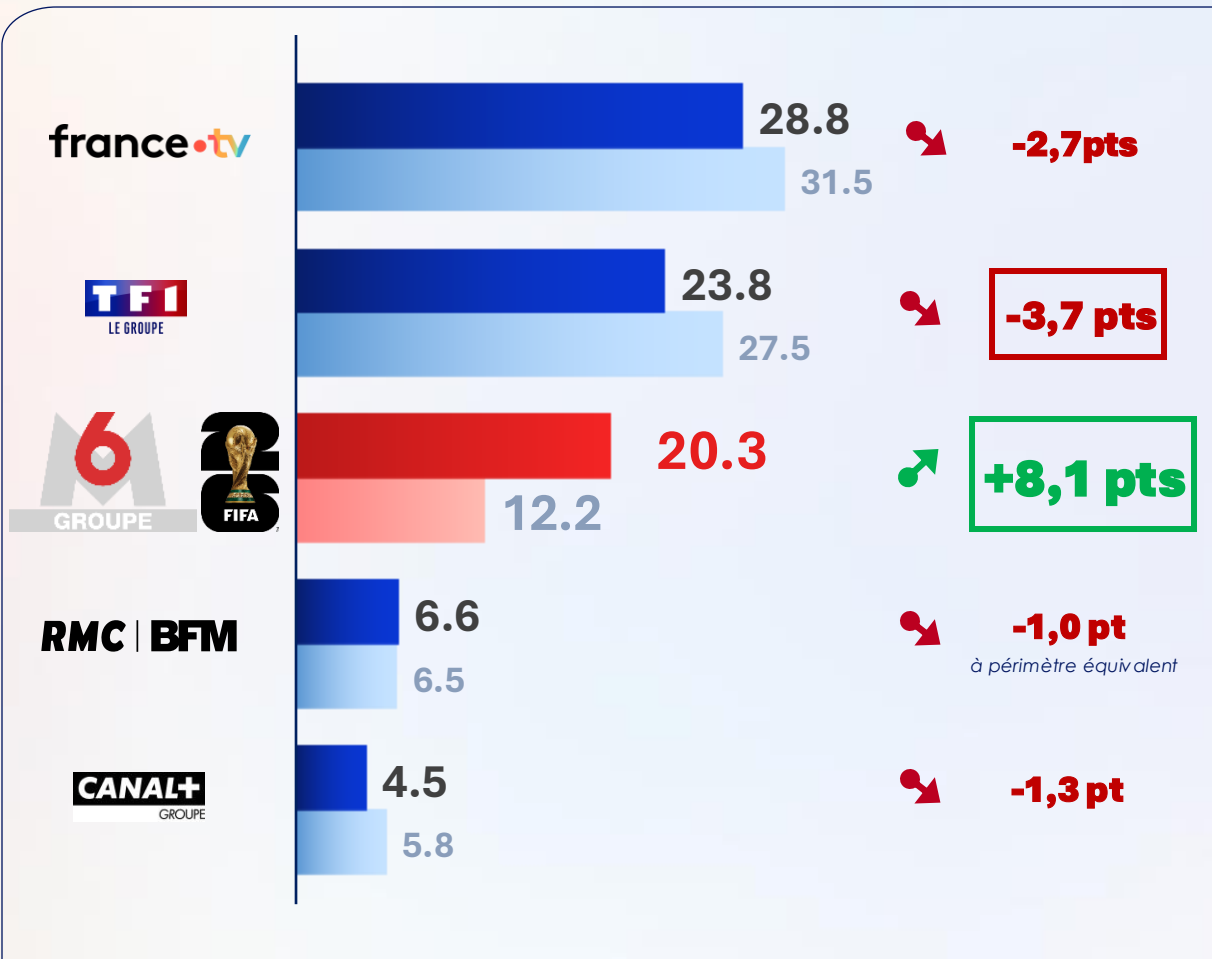


Part d'audience 25-49 ans (%)

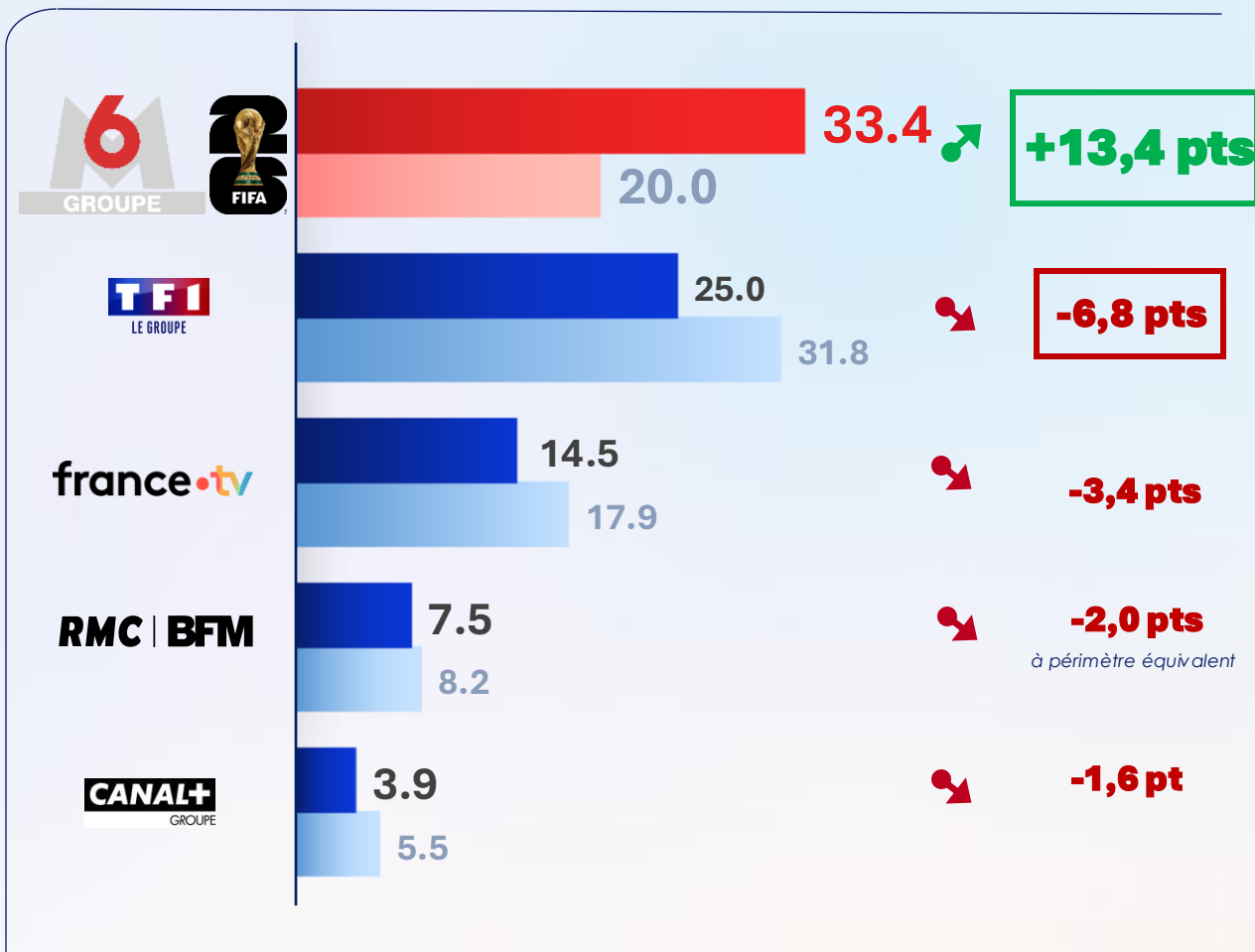


11/06-19/07: DURANT LA COUPE DU MONDE 2026, LE GROUPE M6 SE CLASSE TRÈS LARGE LEADER EN -50 ET ENREGISTRE DES NIVEAUX HISTORIQUES

Part d'audience 4+ du 11/06 au 19/07 (%)



Part d'audience 25-49 ans du 11/06 au 19/07(%)



M6 CONTINUE DE RASSEMBLER LES FRANÇAIS

Part d'audience 25-49 ans (%)

PUISSANCE DES DIVERTISSEMENTS



28 % / 2,0 M



26 % / 2,4 M



21 % / 1,9 M

GRANDS ÉVÉNEMENTS DE L'ANTENNE



49 % / 7,1 M



46 % / 6,3 M

SUCCÈS DES JEUX EN ACCESS



Jusqu'à 21 %*



x2 en un an

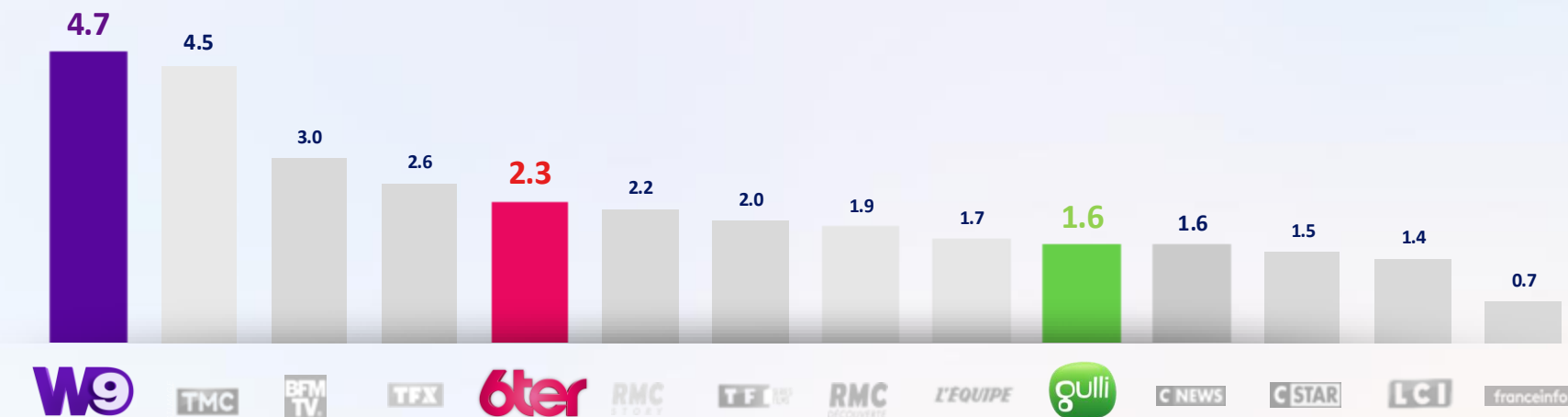
W9 DÉPASSE TMC ET DEVIENT LA 1^{ÈRE} CHAÎNE TNT SUR TOUTES LES CIBLES

8,6 % de PDA

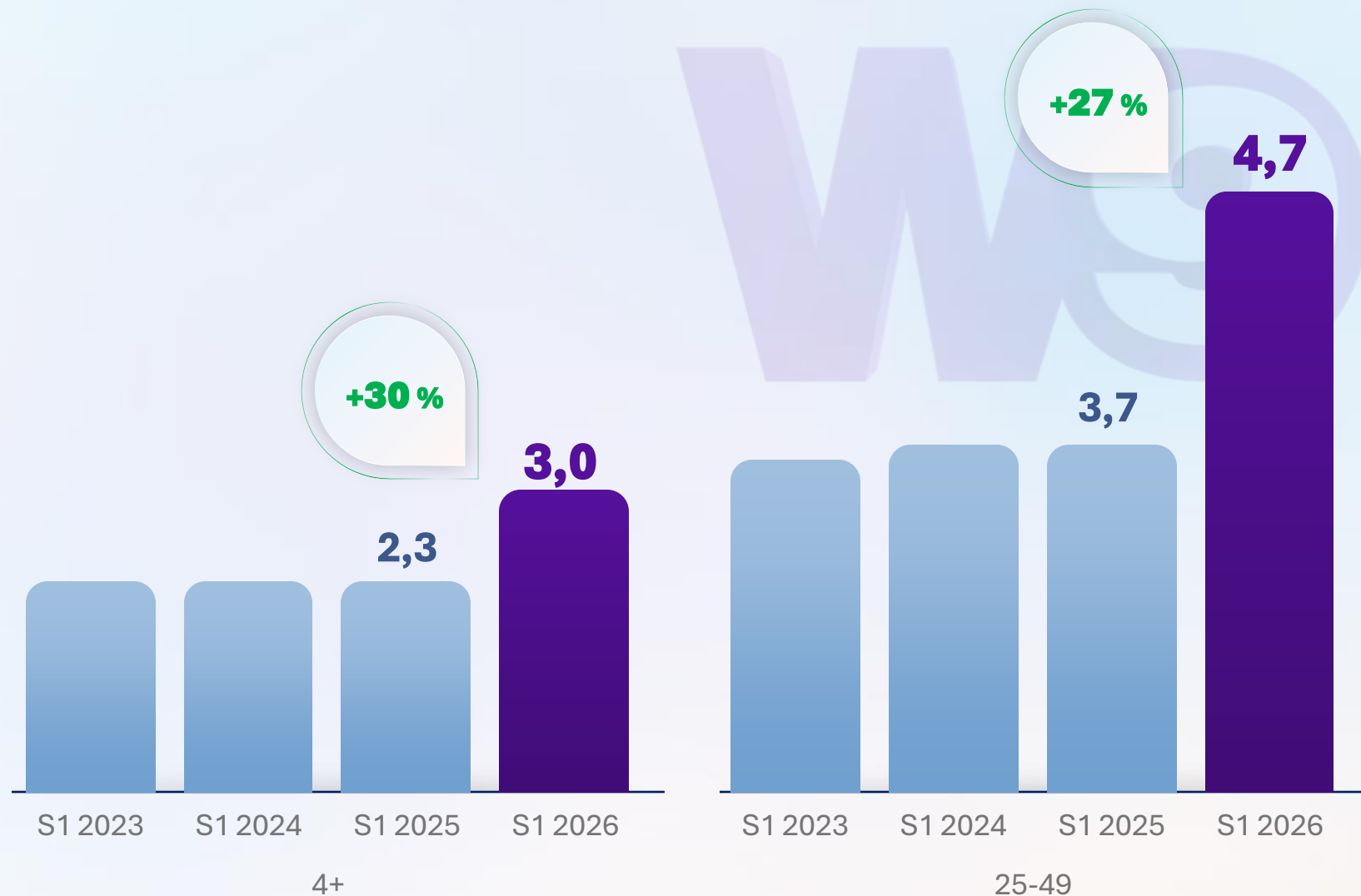
+0,4 pt en un an

sur la cible commerciale pour nos chaînes de la TNT gratuite

Part d'audience 25-49 ans (%)



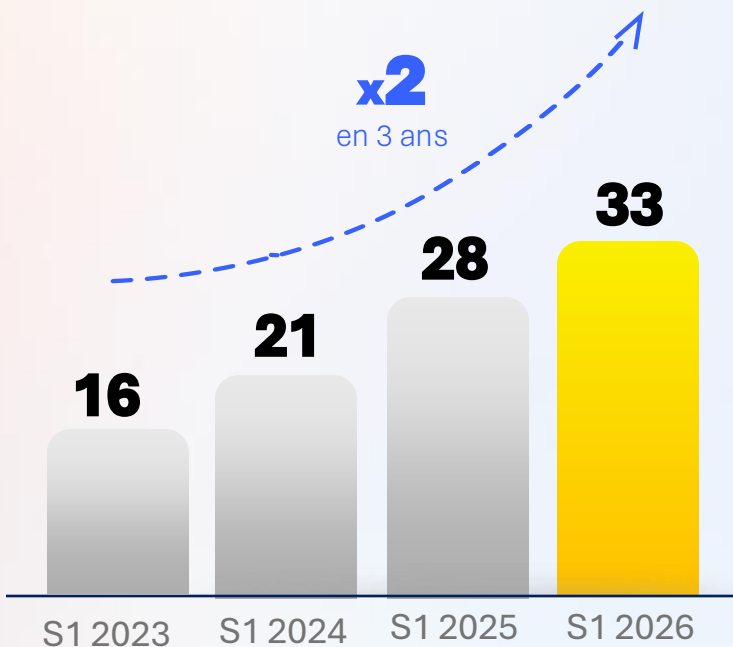
MEILLEUR SEMESTRE HISTORIQUE POUR W9 SUR LES 25-49 ANS



FORTE HAUSSE EN DIGITAL SUR TOUS LES INDICATEURS POUR LE GROUPE M6

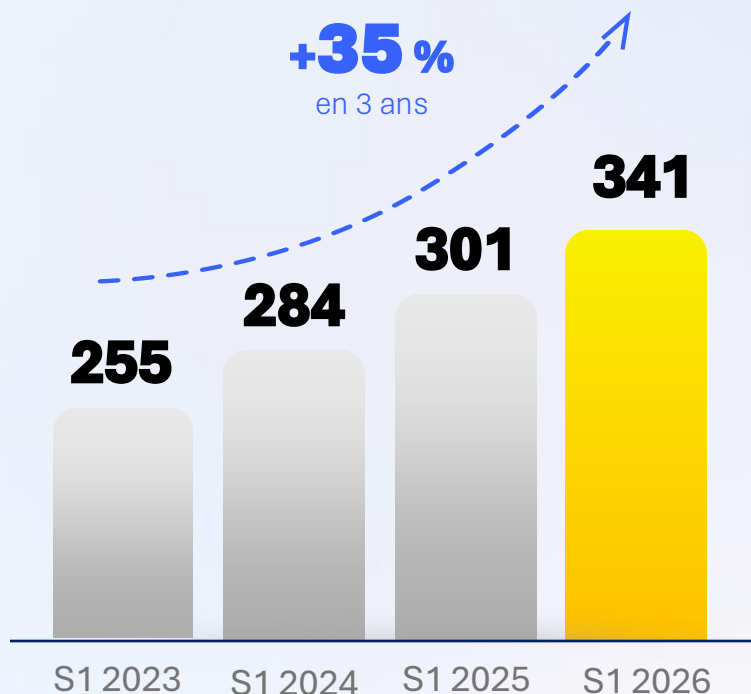
Record de fréquentation

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

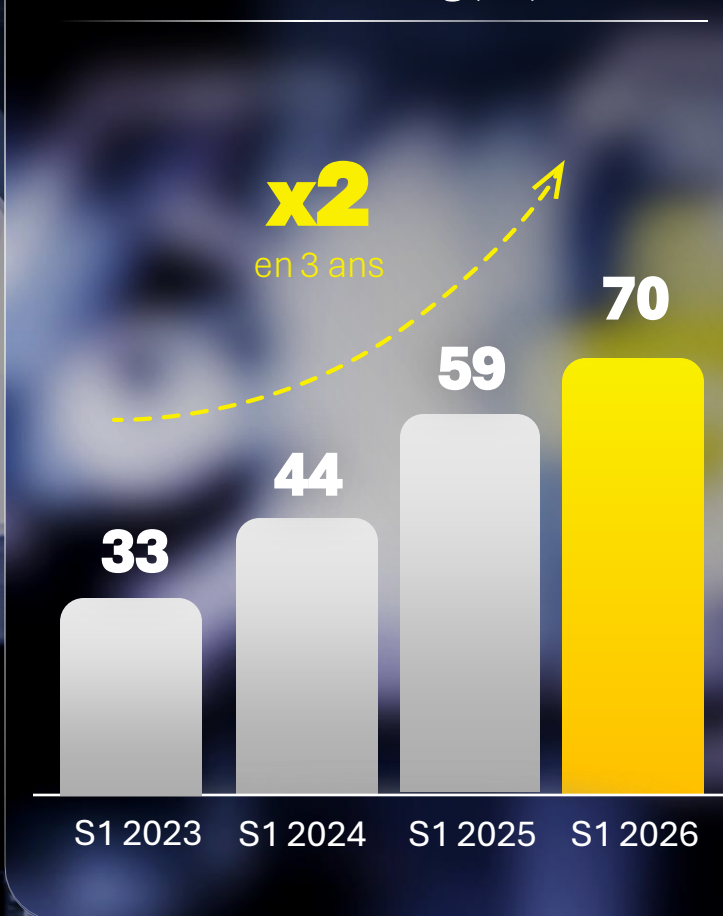


Record de consommation

Millions d'heures vues*



CA streaming (M€)



*Source : Médiamétrie – Mois calendaire S1 2026 – Groupe M6 à la demande (M6, W9, 6ter, Gulli)

Le Groupe M6

surperforme le marché publicitaire

au 1^{er} semestre 2026

**CA PUBLICITAIRE
VIDÉO
S1 2026
GROUPE M6**

455 M€

+1,0 %
vs S1 2025

**VS. MARCHÉ PUB TV
HORS GROUPE M6 ***

c. -9 %

PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE VIDÉO *

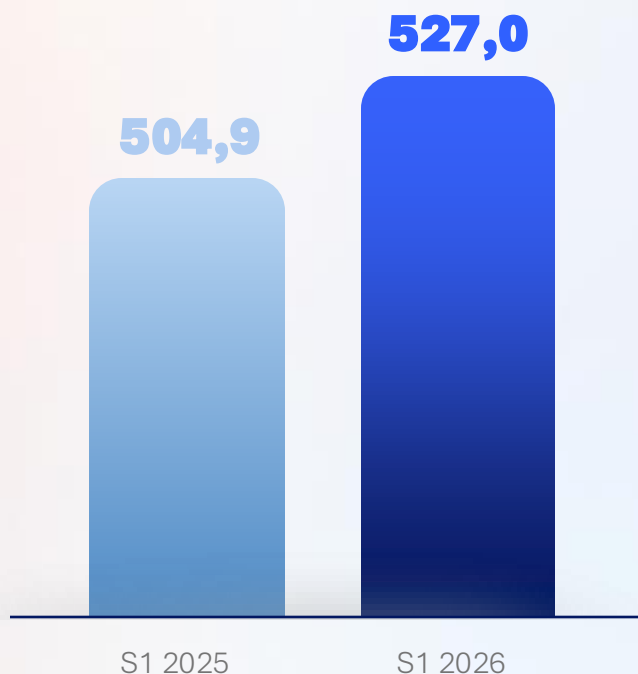
c. 30 %

PDM* RECORD ET GAIN DE

c. +2,2 PTS

LES EXCELLENTES PERFORMANCES PUBLICITAIRES DU 2^{ÈME} TRIMESTRE EFFACENT LE RECUL DU MARCHÉ AU 1^{ER} TRIMESTRE

Chiffre d'Affaires Pôle Vidéo (M€)



EBITA Pôle Vidéo (M€)



T1

Recul du marché publicitaire
(CA Pub vidéo -7%)

T2

Excellentes performances
(CA pub vidéo +8,7%)
tirées par la diffusion de la



Hausse des autres revenus
liés à la Coupe du Monde

Recul EBITA à part égales :



Baisse
du
marché

2

Résultats S1 2026

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

LA RADIO DOMINE L'UNIVERS DE L'AUDIO EN FRANCE

UNE AUDIENCE MASSIVE, QUOTIDIENNE ET DE PLUS EN PLUS NUMÉRIQUE



167 min

d'écoute
en moyenne
(stable)



27,1%

Des écoutes
via le digital
(+2,6 pts)



La radio
représente

53 %

de la part de
marché audio
en France

Chaque mois, la radio touche

95,7%

(+3,9 pts
sur un an)

des Français

de plus de 13 ans

LE PÔLE RADIO LEADER DES GROUPE PRIVÉS



GROUPE

16,2%
de PDA 13+

8,1M
d'auditeurs quotidiens

1^{er} Groupe Privé
13+

1^{er} Groupe Privé
sur les CSP+



1^{ère} radio de France
40%
d'audience mensuelle

1^{ère} radio privée
11% de PDA
(+5,6 pts d'avance sur son concurrent privé)



Leader jeunes adultes
2,7% de PDA



2^{ème} matinale musicale
sur les 25-49 ans (6,4%)

RTL : 1^{er} ÉDITEUR PRIVÉ DE PODCASTS EN FRANCE, PORTÉ PAR UNE FORTE CROISSANCE DIGITALE

Hausse sur les podcasts

39M (+5% vs 2025)
d'écoutes mensuelles
de podcasts
7 podcasts dans
le TOP 30 EAR > Podcast



1^{er} Podcast
de France

17,8M

Les Grosses Têtes

Record en écoutes numériques



471M
de visites
sur les plateformes digitales
(+53% par rapport à la saison précédente)

Record sur les réseaux sociaux

3,7 Md de vidéos vues
sur l'ensemble de la saison 2025-2026

8,6M d'abonnés cumulés



RTL 2026 – 2027 : AU PLUS PRÈS DES FRANÇAIS

UNE MATINALE PLUS ÉDITORIALISÉE, D'AVANTAGE DE SERVICE, UNE PRÉSENCE RENFORCÉE DANS LES TERRITOIRES ET UNE CULTURE POPULAIRE PLUS AFFIRMÉE

UN TRIO FÉMININ À LA TÊTE DE L'INFO



Anne-Sophie Lapix
RTL Soir &
On Refait Le Monde
18h-20h

Céline Landreau
RTL Matin
7h-9h30

Amandine Bégot
RTL Midi &
Les Auditeurs ont la parole
12h30-14h30

7h20 L'Histoire en direct - Virginie Girod
(éclairer l'actualité par l'histoire)

8h15 Face à Fogiel plus Politique (podcast Les aspirants)

9h20 L'Air du temps - Murielle Giordan
(tendances)

RTL Chez Vous - Envoyé spécial en fil rouge / Interventions d'auditeurs

LES NOUVEAUTÉS QUI STRUCTURENT LA RENTRÉE



Quitte Ou Double élargi
11h30-12h30
avec Alex Vizorek



T. Pastureau
rejoint RTL Soir



F. Beigbeder
Dimanche 20h-21h



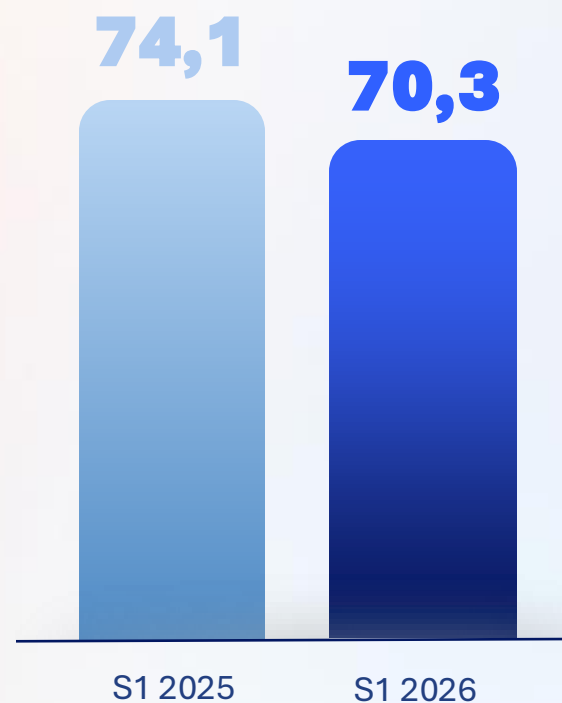
Top France RTL
Samedi à 20h30
A. Martin



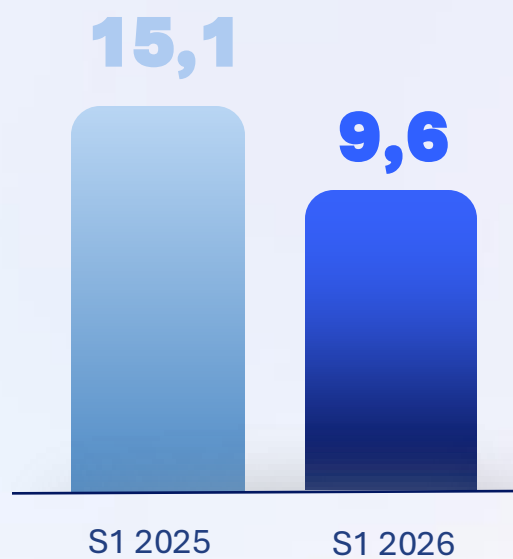
La tournée d'RTL - émission itinérante dans les territoires
Vendredi 20h-21h
Eric Silvestro et Jade

LE RECU DU MARCHÉ PUBLICITAIRE AU 2^{ÈME} TRIMESTRE IMPACTE LA MARGE

Chiffre d'Affaires Pôle Audio (M€)



EBITA Pôle Audio (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE

20,3 %

13,6 %

Un marché
publicitaire en recul
sur la période

Investissements
dans les
programmes

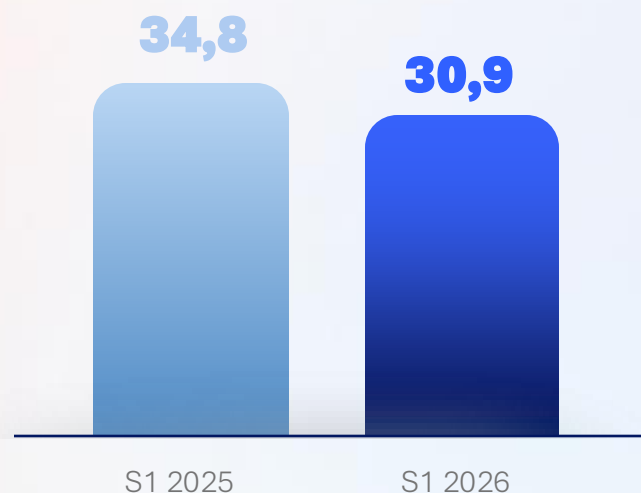
2

Résultats S1 2026

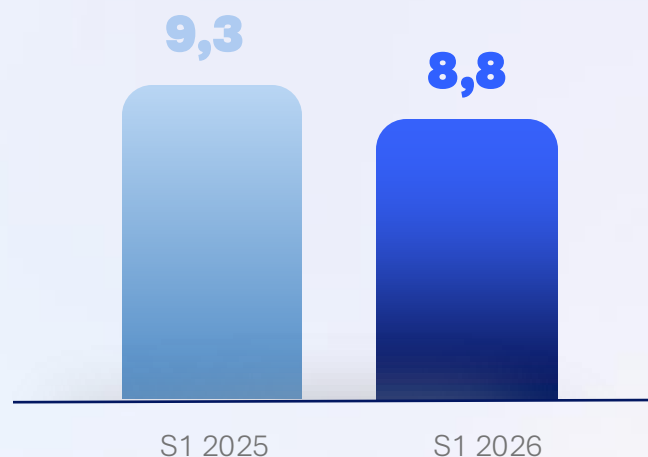
Production
& Droits Audiovisuels

BONNES PERFORMANCES POUR LE PÔLE PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

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



EBITA Production et Droits Audiovisuels (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE

26,7 %

28,6 %

2,2 M

d'entrées au S1 2026 pour



2.9

2.2

S1 2025

S1 2026



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

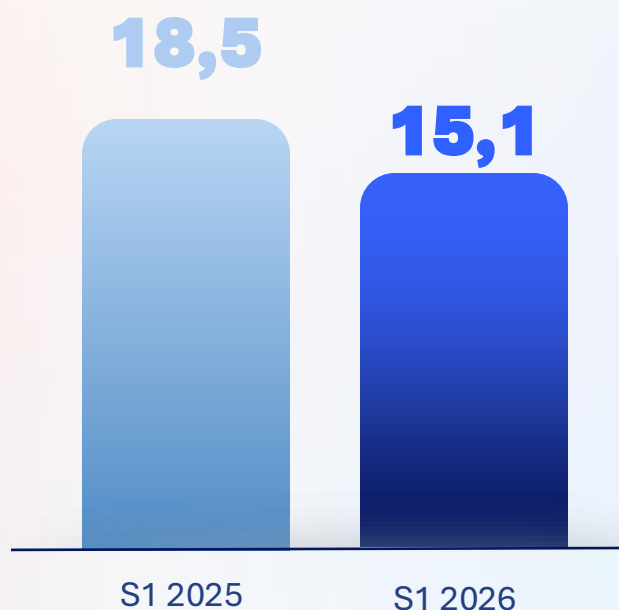
2

Résultats S1 2026

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

LE RECUL DU MARCHÉ IMMOBILIER IMPACTE LE PÔLE

Chiffre d'Affaires Pôle Diversifications (M€)



EBITA Pôle Diversifications (M€)



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE



Baisse du volume d'activité
des franchises immobilières

Séparation des réseaux

plaza

Sixième Avenue

M6 renforce sa position dans
Sixième Avenue
et se désengage du réseau
Stéphane Plaza

Finalisation de l'opération en août
2026

Produit non récurrent sans
équivalent en 2025

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

		S1 2025	S1 2026
Marketing digital	  	(0,1)	(0,7)
Tech Streaming		(7,5)	(0,8)
Autres**		1,0	0,3
Total		(6,6)	(1,2)



Bedrock :
Migration de RTL+ Deutschland
sur la plateforme Bedrock
terminée en avril

* Incl. gain de dilution & ajustement pour 21,2 M€
** Academee, Miliboo, Pariocas, BG team, WBA, Mon Associé Factory, SérieClub

2

Résultats S1 2026

//// Comptes //////////////////////////////////////

ETAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ

Groupe M6 – en M€	30 juin 2026	30 juin 2025	Variation 2026 / 2025
Total des produits opérationnels	654,6	638,0	16,6
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	54,4	105,9	(51,6)
Plus-value sur cessions de filiales	(0,5)	0,1	(0,6)
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(4,6)	(4,3)	(0,2)
Résultat Opérationnel [EBIT]	49,3	101,7	(52,4)
Résultat financier	(0,4)	2,9	(3,3)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(1,2)	(6,6)	5,4
Résultat courant avant impôt	47,6	97,9	(50,3)
Impôt sur le résultat (<i>hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices</i>)	(13,2)	(28,4)	15,2
Résultat net de la période (hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices)	34,4	69,5	(35,1)
Contribution exceptionnelle sur les bénéfices	-	(11,6)	11,6
Résultat net de la période	34,4	57,9	(23,5)
Attribuable au Groupe	36,3	59,2	(23,0)
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	(1,9)	(1,3)	(0,6)

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6 – en M€	30 juin 2026	31 décembre 2025	Variation 2026 / 2025
Goodwill	305,6	305,6	-
Actif non courant	619,3	618,9	0,5
Actif courant	881,1	845,9	35,2
Trésorerie	33,0	216,0	(183,1)
TOTAL ACTIF	1 839,0	1 986,4	(147,4)
Capitaux propres part du groupe	1 173,1	1 290,7	(117,6)
Intérêts non-contrôlants	14,1	15,9	(1,9)
Passif non courant	79,5	87,6	(8,1)
Passif courant	572,3	592,1	(19,9)
TOTAL PASSIF	1 839,0	1 986,4	(147,4)

TABLEAUX DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6 – en M€	30 juin 2026	30 juin 2025	Variation 2026 / 2025
Capacité d'autofinancement d'exploitation	92,5	150,6	(58,1)
Variation de BFR d'exploitation	(33,4)	(74,3)	40,8
Impôt	(27,2)	(29,3)	2,2
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	31,9	47,0	(15,1)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	41,5	(26,5)	(15,0)
Eléments récurrents	(44,3)	(26,4)	(17,9)
Eléments non récurrents	2,7	(0,2)	2,9
Flux de trésorerie des activités de financement	(173,4)	(173,7)	0,3
Distribution de dividendes	(157,6)	(157,1)	(0,5)
Opérations en capital	(0,7)	(5,9)	5,2
Financement	(4,4)	(0,8)	(3,6)
Apports en comptes courants des coentreprises	(3,9)	(5,5)	1,6
Remboursement des dettes locatives	(3,9)	(4,1)	0,2
Autres	(2,9)	(0,3)	(2,6)
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,0	0,1	(0,1)
Variation globale de trésorerie	(183,1)	(153,2)	
Trésorerie à l'ouverture	216,0	332,0	(115,9)
Trésorerie à la clôture	33,0	178,8	(145,8)
Trésorerie nette de clôture*	(36,6)	103,9	(140,4)

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

ACTUALITÉS ESG AU 1^{ER} SEMESTRE 2026



Le Groupe M6 remporte le

Prix de la Meilleure brochure de convocation
à l'Assemblée Générale

lors de la 17^{ème} édition des Transparency Awards



La Fondation du Groupe M6 remporte le

Grand Prix de l'ANDRH
dans la catégorie « Diversité & Inclusion »
pour son engagement en faveur de la réinsertion par
l'emploi des personnes sortant de prison



Le Groupe M6 signe **la charte**

« Working with Cancer »

qui rassemble aujourd'hui plus de 5 000 entreprises
représentant entre 40 et 50 millions de collaborateurs à travers le monde

3

Perspectives



PERSPECTIVES



- »»» Lancements de **nouveaux programmes** et retour des **grandes marques de divertissement** à la rentrée pour bénéficier de l'**impact long terme de la Coupe du Monde**
- »»» **Gestion attentive des coûts** dans un marché publicitaire toujours difficile et sans visibilité
- »»» Déploiement progressif du **Plan M6 2030** visant **80 M€** d'économies dans les **5 ans**
- »»» Poursuite du **plan streaming** et confirmation des objectifs :
 - **Distribution de M6+ sur Amazon Prime** depuis janvier 2026 avec une consommation en croissance régulière
 - **Chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€** en 2028
 - **>1 milliard d'heures consommées** sur la plateforme M6+ d'ici 2028



QUESTIONS
RÉPONSES