

RESULTATS CONSOLIDÉS AU 30 JUIN 2015

SOLIDITE DU CŒUR DE METIER TV

Chiffre d'affaires publicitaire : 405,6 M€ (+1,3%)

Résultat opérationnel courant (EBITA) : 102,6 M€

Marge opérationnelle courante : 16,3%

Le Conseil de Surveillance du 28 juillet 2015 a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2015 arrêtés par le Directoire.

en M€	1 ^{er} trimestre 2015	% / 2014 r	2 ^{ème} trimestre 2015	% / 2014 r	1 ^{er} semestre 2015	1 ^{er} semestre 2014 retraité ²	% variation
Chiffre d'affaires consolidé	307,4	-1,5%	322,5	+0,1%	629,9	634,4	-0,7%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	191,9	+0,9%	213,7	+1,6%	405,6	400,4	+1,3%
- dont publicité chaînes gratuites	181,0	+0,6%	200,0	+1,1%	381,0	377,8	+0,8%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres medias	10,9	+7,9%	13,7	+9,7%	24,5	22,5	+8,9%
Chiffre d'affaires non publicitaire	115,5	-5,4%	108,8	-2,7%	224,4	234,0	-4,1%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé					102,6	110,4	-7,1%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises					-0,5	-0,2	n.a
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies					102,0	110,2	-7,4%
Résultat financier					0,4	1,8	n.a
Part dans les sociétés mises en équivalence					0,9	0,0	n.a
Impôts différés et exigibles					-45,0	-47,6	-5,4%
Résultat net des activités poursuivies					58,3	64,5	-9,7%
Résultat net de la période					58,3	64,5	-9,7%
Résultat net de la période attribuable au Groupe					58,3	64,6	-9,7%

*
* *

A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2015, le Groupe M6 enregistre un chiffre d'affaires consolidé de 629,9 M€ (-0,7%). Après un 1^{er} trimestre en recul, **le Groupe affiche au 2^{ème} trimestre un chiffre d'affaires stable (+0,1%), grâce à ses activités télévisuelles : les audiences du Groupe progressent** en 2015 dans un marché toujours plus fragmenté, et **l'offre publicitaire du Groupe** (M6, Puissance TNT, chaînes payantes et internet) **constitue une réponse efficace aux besoins des annonceurs.**

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 le chiffre d'affaires des chaînes de télévision gratuite M6, W9 et 6ter, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, et la part publicitaire de chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

Le résultat opérationnel courant (ou EBITA) se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.

² Application rétrospective sur 2014 de la norme IFRIC 21 – *Taxes prélevées par une autorité publique*, qui affecte principalement le rythme de reconnaissance en période intermédiaire de certaines taxes.

Sur le 1^{er} semestre, **les recettes publicitaires du Groupe progressent en effet de +1,3%**, dans un marché publicitaire TV qui confirme sa stabilisation, quand les revenus non publicitaires, affectés notamment par un calendrier de sorties cinéma moins favorable que l'année dernière, affichent un repli de -4,1%.

Le résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé du Groupe M6 s'établit à 102,6 M€, en repli (-7,9 M€), principalement en raison du niveau de pertes du F.C.G.B (-5,6 M€, après un résultat opérationnel courant de +0,2 M€ au 1^{er} semestre 2014), mais aussi de la baisse de la contribution des activités liées au niveau de consommation des ménages (Téléachat, Musique).

En conséquence **la marge opérationnelle courante consolidée ressort à 16,3%**.

Le résultat financier atteint 0,4 M€, contre 1,8 M€ au 1^{er} semestre 2014, et reflète la baisse du rendement des placements de trésorerie ainsi que le recul du montant moyen placé.

La charge d'impôt s'élève à -45,0 M€, en baisse de -2,6 M€ sur un an, du fait de la baisse du résultat opérationnel.

Le résultat net s'établit ainsi à 58,3 M€, soit une marge nette de 9,3%.

*
* *

En application de l'IFRS 8, la contribution des 3 secteurs d'activités du Groupe au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est la suivante :

en M€	1 ^{er} Trimestre			2 ^{ème} Trimestre			1 ^{er} Semestre		
	2015	2014 r	%	2015	2014 r	%	2015	2014 r	%
TV	196,1	195,8	+0,1%	215,7	212,3	+1,6%	411,8	408,1	+0,9%
Production & Droits audiovisuels	27,0	30,7	-11,9%	21,6	24,8	-12,8%	48,6	55,4	-12,3%
Diversifications	84,3	85,7	-1,7%	85,1	85,0	+0,1%	169,4	170,7	-0,8%
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,1	0,1	n.a	0,2	0,2	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	307,4	312,2	-1,5%	322,5	322,2	+0,1%	629,9	634,4	-0,7%
TV							79,7	79,1	+0,7%
Production & Droits audiovisuels							3,8	2,7	+37,8%
Diversifications							21,4	31,2	-31,6%
Eliminations et résultats non affectés							-2,3	-2,7	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)							102,6	110,4	-7,1%

■ TELEVISION

Dans un marché toujours caractérisé par une visibilité limitée, les recettes publicitaires des chaînes gratuites enregistrent au 1^{er} semestre 2015 une progression de +0,8%.

Dans un environnement marqué par le processus de fragmentation (les 6 nouvelles chaînes de la TNT HD gagnent +1,5 pts sur le semestre), **la famille de chaînes gratuites du Groupe M6 progresse** et réalise au 1^{er} semestre 2015 une **part d'audience moyenne de 13,4%** (source Médiamétrie) sur les 4 ans et plus (+0,1 pt, seul groupe historique à progresser) et de **20,5% sur la cible commerciale** :

- la chaîne **M6** maintient son rang de 2^{ème} chaîne auprès des moins de 50 ans sur l'ensemble de la journée, grâce à l'efficacité de ses marques fortes (*Scènes de Ménages*, *L'Amour est dans le pré*, *Top Chef*, *Cauchemar en cuisine*,...), et aux performances des lancements de la saison (*The Island*, *Scorpion*, ...);
- **W9** conserve son rang de leader TNT en 1^{ère} partie de soirée et s'affirme comme la 2^{ème} chaîne TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans sur l'ensemble de la journée.

Au cours du semestre, la chaîne a notamment battu le **record historique de la TNT** grâce à la diffusion de la Coupe du Monde de football féminine (*Allemagne-France* : 4,1 M de téléspectateurs).

- **6ter** s'inscrit comme la 1^{ère} des nouvelles chaînes TNT sur la cible commerciale (femmes responsables des achats de moins de 50 ans).

Ces performances permettent au **Groupe M6 d'enregistrer sur l'ensemble du 1^{er} semestre le meilleur bilan d'audience des groupes audiovisuels.**

L'activité TV contribue à hauteur de 79,7 M€ à l'EBITA, contre 79,1 M€ au 30 juin 2014, avec un coût de la grille des chaînes gratuites de 208,6 M€, en augmentation de +1,6%.

Le Groupe M6 maintient ainsi la marge opérationnelle courante de son cœur de métier, qui atteint 19,4%.

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

Au 1^{er} semestre 2015, le **chiffre d'affaires** de l'activité Production et Droits audiovisuels **s'élève à 48,6 M€**, en recul de -12,3% par rapport au 1^{er} semestre 2014, en raison d'un calendrier de sorties cinéma plus réduit (4 films sortis en salles par SND, vs. 9 films au 1^{er} semestre 2014).

Le 1^{er} semestre 2015 a néanmoins été marqué par les succès de *Divergente 2* au cinéma (2,4 millions d'entrées), et d'*Astérix, le Domaine des Dieux* en vidéo (171 000 exemplaires physiques vendus), qui permettent à l'activité d'afficher un **EBITA de +3,8 M€, en progression de +1,0 M€.**

■ DIVERSIFICATIONS

Au 1^{er} semestre 2015, le **chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 169,4 M€** (-0,8% par rapport au 1^{er} semestre 2014), avec une **contribution à l'EBITA de 21,4 M€** (-31,6%), qui s'explique principalement par :

- o le **F.C.G.B, qui a terminé le championnat de France de Ligue 1 à la 6^{ème} place**, lui permettant d'accéder au 3^{ème} tour de qualification de l'Europa League, et dont les pertes s'élèvent à -5,6 M€ (vs. +0,2 M€ au 1^{er} semestre 2014) en raison notamment des investissements consentis dans l'effectif du club ;
- o **Ventadis**, qui voit son chiffre d'affaires et son EBITA reculer respectivement de -5,5 M€ et -1,9 M€ en raison de la contraction des activités de **téléachat**, en lien avec une consommation des ménages atone ;
- o **M6 Web** dont le résultat opérationnel courant s'établit à 16,8 M€, contre 17,5 M€ au 1^{er} semestre 2014. Le chiffre d'affaires de **M6 Web progresse néanmoins de +5,1 M€ (+11,4%) à 50,1 M€ grâce à l'intégration d'Oxygem**, société acquise début 2015 qui opère différents sites Internet (*CuisineAZ.com, Passeportsanté.net, Radins.com, Météocity.com, Fourchette-et-bikini.fr*), et qui permet au Groupe de se positionner comme le **1^{er} Groupe TV français sur internet** avec 13,9 M de visiteurs uniques mensuels (source *Médiamétrie-Nielsen Netratings, mai 2015*).

La marge opérationnelle courante des Diversifications hors F.C.G.B atteint 19,7% au 1^{er} semestre 2015, soit un niveau similaire à celle de l'activité TV.

■ EVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 30 juin 2015, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 529,9 M€, avec une situation de trésorerie nette positive de 129,0 M€ (en baisse de -45,7 M€ par rapport au 30 juin 2014, en raison notamment des investissements réalisés sur la période).

■ PERSPECTIVES 2ND SEMESTRE 2015

Le Groupe M6 reste prudent face à un environnement économique encore incertain, et poursuivra la mise en œuvre de sa stratégie visant à renforcer l'efficacité de sa famille de chaînes.

Neuilly sur Seine, le 28 juillet 2015

Une conférence téléphonique se tiendra le 28 juillet 2015 à 18:30 (CEST). Une webcast sera diffusée sur le site www.groupem6.fr (rubrique Finances).

Les coordonnées permettant de suivre la conférence par téléphone sont disponibles à cette même adresse. Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés semestriels seront mis en ligne à compter de 18:00, étant précisé que les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et qu'un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

Prochaine publication : Information financière du 3^{ème} trimestre le 3 novembre 2015 après clôture de la bourse

*M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

RELATIONS INVESTISSEURS
RELATIONS PRESSE

Eric Ghestemme 01 41 92 59 53 / eric.ghestemme@m6.fr
Yann de Kersauson 01 41 92 73 50 / ydekerauson@m6.fr