

RESULTATS CONSOLIDÉS AU 30 JUIN 2017

Chiffre d'affaires publicitaire : 445,3 M€ (+4,2%)

Résultat opérationnel courant (EBITA) : 118,7 M€

Marge opérationnelle courante : 17,9%

Le Conseil de Surveillance du 25 juillet 2017 a examiné les comptes du 1^{er} semestre 2017 arrêtés par le Directoire.

en M€ ¹	30-juin-17	30-juin-16	30-juin-15	% variation 17/16	% variation 17/15
Chiffre d'affaires consolidé	662,4	645,5	629,9	+2,6%	+5,2%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	445,3	427,1	405,6	+4,2%	+9,8%
- dont publicité chaînes gratuites	413,8	398,8	381,0	+3,8%	+8,6%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres medias	31,4	28,3	24,6	+11,1%	+28,0%
Chiffre d'affaires non publicitaire	217,1	218,3	224,4	-0,6%	-3,2%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé	118,7	136,0	102,6	-12,7%	+15,7%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé "récurrent"	118,7	93,4	102,6	+27,1%	+15,7%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-1,0	-0,5	-0,5	n.a	n.a
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	117,7	135,4	102,0	-13,1%	+15,3%
Résultat financier	-0,8	0,1	0,4	n.a	n.a
Part dans les sociétés mises en équivalence	1,0	0,9	0,9	+7,0%	+10,4%
Impôts différés et exigibles	-48,7	-52,9	-45,0	-7,9%	+8,3%
Résultat net de la période	69,1	83,5	58,3	-17,2%	+18,4%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	69,1	83,5	58,3	-17,3%	+18,6%

*
* *

A l'issue du 1^{er} semestre de l'exercice 2017, le Groupe M6 enregistre un chiffre d'affaires consolidé de 662,4 M€, en hausse de +2,6% par rapport au 1^{er} semestre 2016 et soutenu par la progression des recettes publicitaires (+4,2%).

Après un 1^{er} semestre 2016 marqué par la diffusion de l'Euro de football et par la perception d'une indemnité contractuelle liée à l'arrêt progressif du contrat M6 mobile by Orange, le Groupe dégage un résultat opérationnel courant (EBITA) de 118,7 M€ sur les six premiers mois de l'année 2017.

L'EBITA s'établit ainsi en hausse de +25,3 M€ par rapport à l'EBITA du 1^{er} semestre 2016 retraité du résultat opérationnel non-récurrent de 42,6 M€ correspondant à l'impact net de l'indemnité M6 mobile. Cette progression des activités de Télévision reflète les solides performances publicitaires et la baisse du coût des programmes.

La charge d'impôt s'élève à -48,7 M€, en baisse de +4,2 M€ sur un an.

Le résultat net s'établit ainsi à 69,1 M€, soit une marge nette de 10,4%.

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.

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		
	2017	2016	%	2017	2016	%	2017	2016	%
TV	211,8	201,0	+5,4%	235,9	228,5	+3,3%	447,7	429,5	+4,2%
Production & Droits audiovisuels	31,5	30,5	+3,5%	20,8	25,0	-16,7%	52,3	55,5	-5,6%
Diversifications	80,3	80,2	+0,1%	81,9	80,1	+2,3%	162,2	160,3	+1,2%
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,1	0,1	n.a	0,2	0,2	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	323,7	311,8	+3,8%	338,7	333,7	+1,5%	662,4	645,5	+2,6%
TV							101,4	69,6	+45,7%
Production & Droits audiovisuels							3,7	5,0	-27,5%
Diversifications							17,1	70,6	-75,8%
Résultats non affectés							-3,5	-9,2	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)							118,7	136,0	-12,7%

■ TELEVISION

Dans un environnement marqué par la poursuite de la fragmentation et par une actualité politique forte, qui ne favorise pas la consommation de sa chaîne principale, la famille de chaînes gratuites du Groupe M6 réalise une part d'audience moyenne stable à 13,8% sur un an sur la cible des 4 ans et plus (*source Médiamétrie*), et de 21,8% sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (+0,1 pt par rapport au premier semestre 2016) :

- la chaîne **M6** conserve son rang de 2^{ème} chaîne auprès des moins de 50 ans sur l'ensemble de la journée, grâce notamment à la pertinence de son offre de programmes sur les cases stratégiques, marquée par :
 - ✓ **l'efficacité de son enchaînement en avant-soirée** (*Les Reines du Shopping, Chasseurs d'appart, Le 19'45 et Scènes de ménages*) qui lui permet de confirmer sa place de leader de 18h à 21h du lundi au vendredi sur la cible commerciale (*source Médiamétrie*) ;
 - ✓ **la puissance de ses grands rendez-vous en soirée** (*L'amour est dans le pré, A l'état sauvage, Top Chef, Le meilleur pâtissier...*) qui lui permet de réduire l'écart avec son principal concurrent sur la cible commerciale (*source Médiamétrie, tranche horaire 21h-22h30*). Sur cette tranche, la part d'audience de M6 représente désormais 64% de celle de TF1 ;
- **W9** conserve son rang dans le trio de tête des chaînes de la TNT auprès de la cible commerciale (FRDA-50), avec une part d'audience de 4,1%, en hausse de +0,4 point, grâce aux très bonnes performances de ses programmes de télé-réalité en avant-soirée (*Les Marseillais South America et Moundir & les apprentis aventuriers*) et à la pertinence de son offre en soirée (cinéma, documentaires, magazines) ;
- **6ter** maintient son rang de 1^{ère} chaîne TNT nouvelle génération sur la cible commerciale, avec 2,5% de part d'audience, en progression de +0,3 point en un an sur le semestre.

Dans un marché publicitaire TV dont la visibilité est toujours incertaine, le Groupe M6 parvient à monétiser ses audiences solides et voit les recettes publicitaires de ses chaînes gratuites augmenter de +3,8% (+15 M€), dont +2,2% au 2^{ème} trimestre, malgré une base de comparaison difficile puisque le 2^{ème} trimestre 2016 avait été marqué par la diffusion de l'Euro de football.

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 101,4 M€ à l'EBITA consolidé, contre 69,6 M€ au 30 juin 2016. Avec un coût de la grille des chaînes gratuites de 221,1 M€ (en baisse de +11,4 M€), marqué par le réinvestissement d'une partie des coûts de diffusion de l'Euro 2016, la marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe atteint un niveau élevé, de 22,6%.

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

Au 1^{er} semestre 2017, le **chiffre d'affaires** de l'activité Production et Droits audiovisuels **s'élève à 52,3 M€**, en baisse de -5,6% sur un an, en raison notamment d'un calendrier de sorties cinéma moins fourni (8 films sortis en salles par SND, vs. 11 films au 1^{er} semestre 2016) et marqué par les succès de *La La Land* (2,7 M), *Lion* (1,8 M) et *A bras ouverts* (1,0 M).

Le 1^{er} semestre a également été marqué par les sorties de 4 films financés par M6 Films (dont *Sahara*, *Rock'n Roll et Gangsterdam*) qui totalisent 3,8 M d'entrées en salles.

L'EBITA s'établit à 3,7 M€ (contre 5,0 M€ au 1^{er} semestre 2016).

■ DIVERSIFICATIONS

Au 1^{er} semestre 2017, le **chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 162,2 M€** (+1,2%), avec une **contribution à l'EBITA de 17,1 M€**, représentant une rentabilité opérationnelle de 10,6%. Au cours du semestre,

- **Ventadis** a poursuivi la restructuration de son activité de téléachat ;
- **M6 Web hors M6 mobile** a intégré iGraal, société de cashback acquise en novembre 2016, et a enregistré une forte progression de ses recettes publicitaires vidéo sur internet. La plateforme 6play rassemble désormais plus de 17 millions d'utilisateurs inscrits, avec une audience toujours dynamique, de près de 4 millions de vidéos vues par jour sur tous les écrans (+11% de croissance en un an, *source Médiamétrie, de janvier à juin*) ;
- le **F.C.G.B** a terminé le championnat de France de Ligue 1 à la 6^{ème} place (vs. 11^{ème} lors de la saison 2015/2016).

■ RESULTATS NON AFFECTES

Les charges non affectées diminuent de +5,7 M€, ces dernières ayant été majorées en 2016 du fait de l'impact de l'indemnité M6 mobile sur l'épargne salariale du groupe.

■ EVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 30 juin 2017, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 575,8 M€. La situation de trésorerie nette est positive et s'élève à 63,6 M€, contre 176,4 M€ au 31 décembre 2016, reflétant ainsi le versement en mai 2017 du dividende de l'exercice 2016 de 107,5 M€.

■ EVENEMENTS POST-CLOTURE ET PERSPECTIVES

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a renouvelé le 19 juillet 2017 l'autorisation de diffusion de la chaîne M6, qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2018.

Le Groupe M6 prévoit un marché publicitaire TV stable sur l'année 2017.

Neuilly sur Seine, le 25 juillet 2017

Une conférence téléphonique se tiendra le 25 juillet 2017 à 18:30 (CEST). Une webcast sera diffusée sur le site www.groupem6.fr (rubrique Finance).

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 7 novembre 2017 après clôture de la bourse

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