

RESULTATS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2017

Chiffre d'affaires publicitaire chaînes gratuites : 829,5 M€ (+4,6%)

EBITA : 248,7 M€ (+22,2% vs EBITA récurrent 2016)

Intégration du pôle RTL Radio à compter du 1^{er} octobre 2017

en M€ ¹	2017	2016	% variation
Chiffre d'affaires consolidé	1 387,3	1 278,7	+8,5%
Revenus publicitaires Groupe	948,0	853,3	+11,1%
- dont revenus publicitaires chaînes gratuites	829,5	792,9	+4,6%
- dont autres revenus publicitaires	118,5	60,4	+96,2%
Revenus non publicitaires Groupe	439,3	425,4	+3,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé	248,7	245,5	+1,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé "récurrent"	248,7	203,5	+22,2%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-2,6	-1,2	n.s
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	246,1	244,3	+0,8%
Résultat financier	-2,0	0,8	n.s
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	1,8	1,7	+8,1%
Impôts sur le résultat	-87,5	-94,0	-6,8%
Résultat net des activités poursuivies	158,4	152,8	+3,7%
Résultat net des activités abandonnées	0,0	0,0	n.s
Résultat net de la période	158,4	152,8	+3,7%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	158,4	152,7	+3,7%

En 2017, le Groupe M6 enregistre **un chiffre d'affaires consolidé de 1 387,3 M€**, en hausse de +8,5%. Le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites augmente notamment de +4,6%.

Le résultat opérationnel courant (EBITA) atteint 248,7 M€, nouveau plus haut historique du Groupe, en forte augmentation de +45,3 M€ (+22,2%) hors résultat non-récurrent en 2016 lié à l'indemnité de fin de contrat M6 mobile by Orange.

La marge opérationnelle du Groupe atteint 17,9%.

Les impôts sur le résultat s'élèvent à -87,5 M€, en baisse de 6,4 M€ en raison d'une part de la comptabilisation d'une créance sur l'Etat liée à la censure de la taxe sur les dividendes par le Conseil constitutionnel, et d'autre part de la surtaxe exceptionnelle 2017 sur les grandes entreprises.

Le résultat net de la période se monte à 158,4 M€ (contre 152,8 M€ en 2016), soit une marge nette de 11,4%.

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, le chiffre d'affaire des stations de radio RTL, RTL2 et Fun Radio, 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 amortissements et perte de valeur des actifs incorporels (à l'exception des droits audiovisuels) liés aux acquisitions et résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.



En application d'IFRS 8, l'information sectorielle du Groupe est organisée à présent en 4 secteurs d'activité, dont la contribution au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est donnée ci-après :

en M€	9 mois			4 ^{ème} trimestre			Total année		
	2017	2016	%	2017	2016	%	2017	2016	%
TV	628,0	602,7	+4,2%	269,1	253,1	+6,3%	897,2	855,8	+4,8%
Radio				54,9	-	n.a	54,9	-	n.a
Production & Droits audiovisuels	72,6	75,5	-3,9%	29,1	22,1	+31,9%	101,7	97,6	+4,2%
Diversifications	234,0	228,7	+2,3%	99,3	96,2	+3,2%	333,3	325,0	+2,6%
Autres CA	0,2	0,3	n.s	0,1	0,1	n.s	0,3	0,3	n.s
Chiffre d'affaires consolidé	934,8	907,2	+3,0%	452,5	371,5	+21,8%	1 387,3	1 278,7	+8,5%
TV	-	-	-	-	-	-	189,2	159,3	+18,8%
Radio	-	-	-	-	-	-	12,8	-	n.a
Production & Droits audiovisuels	-	-	-	-	-	-	8,0	8,4	-4,6%
Diversifications	-	-	-	-	-	-	44,4	89,3	-50,3%
Eliminations et résultats non affectés	-	-	-	-	-	-	-5,8	-11,5	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	160,7	167,1	-3,8%	88,0	78,4	+12,3%	248,7	245,5	+1,3%

■ TELEVISION

Les chaînes gratuites du Groupe M6 réalisent en 2017 une part d'audience moyenne de 22,3% sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (+0,1 pt, *source Médiamétrie*), soit leur **meilleure performance historique**.

- La chaîne M6 conforte son rang de 2^{ème} chaîne nationale auprès des moins de 50 ans** sur l'ensemble de la journée, forte de la puissance de ses programmes sur les cases stratégiques. Les grandes marques de prime time (*L'Amour est dans le pré*, 4,7 M de téléspectateurs en moyenne, *Top Chef*, 3,2 M de téléspectateurs, meilleure saison auprès de l'ensemble du public depuis 4 ans, *Le meilleur pâtissier*, 3,2 M de téléspectateurs, M6 1^{ère} chaîne FRDA-50 sur les soirées de l'ensemble de la saison...) et d'avant-soirée (*Le 19'45*, 2^{ème} journal le plus regardé par les FRDA-50, *Scènes de ménages*, programme le plus puissant auprès des FRDA-50 sur son créneau...) continuent de fédérer un large public aux heures d'écoute significative de la télévision.
- W9 progresse et se hisse au 1^{er} rang des chaînes de la TNT auprès des téléspectateurs de moins de 50 ans**, confirmant ainsi son positionnement de chaîne généraliste dédiée aux publics jeunes. Cette performance est le résultat d'une offre pertinente alliant séries-réalités inédites en avant-soirée et programmes variés en soirée (cinéma, documentaires, magazines, sport).
- 6ter poursuit sa progression et se classe 5^{ème} chaîne TNT toutes générations confondues auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**, avec 2,6% de part d'audience, en hausse de +0,2 point en un an grâce au succès de sa programmation familiale, entre productions originales, cinéma, fiction et séries puissantes.

Le coût de grille des chaînes gratuites atteint 461,2 M€, contre 451,9 M€ en 2016. Ainsi, après un investissement non-récurrent dans l'Euro 2016, le Groupe a choisi d'investir dans sa grille de programmes tout en poursuivant sa politique de dépréciation de ses stocks de séries internationales en raison de leurs baisses d'audience.

Le marché publicitaire TV a montré des signes de légère croissance au second semestre, après un début d'année en retrait. Grâce à ses audiences solides, le Groupe M6 a augmenté sa part de marché en 2017. Les recettes publicitaires de ses chaînes gratuites progressent ainsi de +4,6% (+6,4% au 4^{ème} trimestre), surperformant encore le marché TV estimé en très légère croissance sur l'ensemble de l'année.

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 189,2 M€ à l'EBITA, contre 159,3 M€ en 2016, soit une marge opérationnelle de 21,1% pour le cœur de métier du groupe.



■ RADIO

Les sociétés du pôle RTL Radio sont consolidées depuis le 1^{er} octobre 2017. Leur intégration opérationnelle a déjà commencé, avec l'installation à Neuilly en 2017 des fonctions support, des équipes commerciales et des radios musicales Fun et RTL2.

Le pôle RTL Radio confirme sur la dernière vague d'audience de 2017 (novembre-décembre), sa position de 1^{er} groupe radio privé de France avec une part d'audience de 19,4% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus (+0,1 pt en un an, *source Médiamétrie*).

- **RTL**, 1^{ère} radio de France, réalise une part d'audience de 13,1%, en progression de +0,5 point en un an. Il s'agit de son meilleur résultat sur une vague novembre-décembre. *RTL Matin*, présentée par Yves Calvi, se classe ainsi 1^{ère} matinale.
- **Fun Radio**, 2^{ème} radio musicale sur les 25-49 ans, conforte son positionnement sur les cibles jeunes avec 3,6% de part d'audience.
- **RTL2**, 1^{ère} radio musicale adulte sur les CSP+, réalise une part d'audience de 2,7%.

Pour son entrée dans le périmètre de consolidation, **le pôle Radio apporte au 4^{ème} trimestre un chiffre d'affaires de 54,9 M€ et un EBITA de 12,8 M€**. A cet égard, il est rappelé que le 4^{ème} trimestre représente en moyenne chaque année environ un tiers du chiffre d'affaires annuel et une part significative du résultat opérationnel.

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

Le **chiffre d'affaires du pôle Production et Droits audiovisuels s'élève à 101,7 M€, en hausse de +4,2% par rapport à 2016** grâce notamment à la progression des ventes internationales de SND, devenue 2^{ème} exportateur de films français en 2017.

SND signe plusieurs succès en 2017 avec *Seven sisters*, dont il est à la fois producteur et distributeur en France et à l'étranger, *La la Land*, *Lion* et *A bras ouverts*, enregistrant au total plus de 10,7 millions d'entrées en salles en France, contre 10,5 millions en 2016.

L'année 2017 a également été marquée par les sorties de 8 films financés par M6 Films, dont *Epouse-moi mon pote*, *Rock'n Roll*, *Sahara*, qui totalisent 8,5 M d'entrées en salles (contre un total de 9,7 M en 2016).

L'EBITA s'établit à 8,0 M€ (contre 8,4 M€ en 2016).

■ DIVERSIFICATIONS

En 2017, **le chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 333,3 M€** (contre 325,0 M€ en 2016), avec **une contribution à l'EBITA de 44,4 M€**, soit une rentabilité opérationnelle de 13,3%. L'EBITA est ainsi en progression de +5,1 M€ par rapport à 2016 (hors indemnité de fin de contrat M6 mobile by Orange). En 2017 :

- **Ventadis** réalise un EBITA de 10,7 M€, en recul de -24,9%. Dans un marché difficile, le pôle a en effet entrepris l'adaptation nécessaire du modèle économique de son activité de téléachat et engagé sa transformation digitale ;
- le **F.C.G.B.**, qui a terminé la saison 2016/2017 à la 6^{ème} place du championnat de France (vs. 11^{ème} en 2015/2016), est parvenu à réduire ses pertes, qui s'élèvent à -4,9 M€ sur l'ensemble de l'année 2017 ;
- **M6 Web** a enregistré une forte progression de ses recettes publicitaires vidéo sur internet tirées par la plateforme 6play, qui rassemble désormais plus de 20 millions d'utilisateurs inscrits et dont le nombre de vidéos vues a atteint 1,3 Md en 2017. M6 Web a par ailleurs bénéficié de l'apport de sa nouvelle filiale de cashback acquise en novembre 2016, iGraal, dont elle a développé l'activité. Enfin, la contribution de M6 mobile by Orange s'élève, comme attendu, à 18,0 M€. Dans ce contexte, le résultat opérationnel courant de M6 Web atteint 33,5 M€ en 2017, contre 29,3 M€ (+14,4%) en 2016, retraitée de l'indemnité exceptionnelle M6 mobile perçue en 2016.



■ ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 décembre 2017, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 662,3 M€, contre 616,3 M€ au 31 décembre 2016. La trésorerie nette s'élève à -28,3 M€ (contre +176,4 M€ à fin 2016), en raison du financement externe de l'acquisition de RTL Radio.

■ DIVIDENDE

Le Directoire proposera à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 19 avril 2018, de distribuer un dividende de 0,95 € par action (soit un rendement de 4,4%). Cette hausse de 0,10 € par rapport au dividende versé en 2017 reflète les solides performances financières du Groupe ces dernières années. Le détachement interviendra le 16 mai et le paiement le 18 mai 2018.

■ COMPOSITION DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Guillaume de Posch ayant démissionné de son mandat à compter de la prochaine Assemblée Générale, il sera proposé la candidature de Bert Habets, *CEO* de RTL Group, pour le remplacer jusqu'au terme de son mandat.

Delphine Arnault et Guy de Panafieu n'ayant pas demandé le renouvellement de leur mandat, les candidatures de deux nouveaux membres du Conseil de Surveillance seront également soumises à l'approbation de la prochaine Assemblée Générale :

- Marie Cheval, Directrice Exécutive Clients, Services, Transformation digitale du groupe Carrefour, en qualité de membre indépendant ;
- Nicolas Houzé, Directeur Général des Galeries Lafayette et du BHV Marais, en qualité de membre indépendant.

Par ailleurs, seront proposés :

- le renouvellement de Vincent de Dorlodot, *General Counsel* de RTL Group ;
- le renouvellement d'Anke Schäferkordt, *CEO* de Mediengruppe RTL Deutschland et membre du Directoire de Bertelsmann ;
- la ratification de la nomination de Cécile Frot-Coutaz, *CEO* de FremantleMedia, en remplacement de Christopher Baldelli, membre du Directoire du Groupe M6 depuis le 7 novembre 2017.

■ PERSPECTIVES

2018 sera marquée par la poursuite de l'intégration de RTL Radio, avec un objectif de générer 6 M€ de synergies en coûts et en revenus sur les 18 M€ récurrents attendus à l'horizon 2020.

Le Groupe M6 maintiendra sa stratégie d'investissement dans les programmes afin de poursuivre la progression de ses audiences et de sa part de marché.

Le Groupe bénéficiera également en 2018 de l'entrée en vigueur des nouveaux contrats de distribution signés avec Altice-SFR, Groupe Canal+, Orange et Bouygues Telecom, qui sécurisent la diffusion de ses chaînes payantes en l'associant avec la rémunération des chaînes gratuites et de leurs services associés.

Neuilly sur Seine, le 20 février 2018

La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 20 février 2018 à partir de 18h30 sur le site : www.groupem6.fr.

Tous les détails de connexion seront disponibles sur le site www.groupem6.fr/Finance

Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés annuels seront mis en ligne à compter de 18h00, étant précisé que les procédures d'audit sont effectuées et que le rapport d'audit relatif à la certification des comptes est en cours d'émission.

Prochaine publication : Information trimestrielle du 1^{er} trimestre 2018 : le 19 avril 2018 avant ouverture de la Bourse.

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