

## PREMIER TRIMESTRE 2018

**Chiffre d'affaires publicitaire chaînes gratuites : 203,2 M€ (+3,4%)**

**Chiffre d'affaires consolidé : 359,2 M€ (+11,0%)**

en M€ <sup>1</sup>	1er trimestre		
	2018	2017	%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	<u>252,2</u>	210,2	+20,0%
- dont publicité chaînes gratuites	203,2	196,6	+3,4%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres medias	49,1	13,6	+259,6%
Chiffre d'affaires non publicitaire	107,0	113,5	-5,7%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>359,2</b>	<b>323,7</b>	<b>+11,0%</b>

Au 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice 2018, **le Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé de 359,2 M€**, en hausse de +11,0% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2017.

Sur les 3 premiers mois de l'année, les recettes publicitaires du Groupe (chaînes gratuites, chaînes payantes, radio et Internet) progressent fortement (+20,0%), reflétant **l'intégration du pôle Radio, la solidité des audiences des chaînes gratuites et le dynamisme des audiences internet.**

Le chiffre d'affaires non publicitaire diminue de -5,7% en raison essentiellement du line-up moins puissant de films distribués par SND.

**Le résultat opérationnel courant (EBITA)<sup>2</sup> consolidé atteint 44,6 M€**, contre 47,1 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2017, pénalisé par les pertes du F.C.G.B. qui se dégradent de -12,8 M€ en raison du remplacement du staff technique et de la non-réalisation de cessions de joueurs, prévues au 2<sup>ème</sup> semestre.

Le Groupe M6 a adapté son organisation opérationnelle à la suite de l'acquisition du pôle radio RTL et du regroupement des équipes en charge de la diffusion linéaire et non-linéaire des chaînes de télévision. En conséquence, le Groupe a modifié la structure des segments de son information sectorielle. En application d'IFRS 8, les données 2017 de chacun des segments ont été retraitées dans l'information détaillée ci-après.

### ■ TELEVISION

en M€	1er Trimestre		
	2018	2017 r	%
Chiffre d'affaires consolidé	235,3	220,7	+6,6%
<i>dont recettes publicitaires chaînes gratuites</i>	203,2	196,6	+3,4%

Dans un contexte de progression des chaînes publiques soutenues notamment par la diffusion des Jeux Olympiques d'hiver en février, les chaînes gratuites du Groupe M6 réalisent sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2018 une part d'audience moyenne de 13,6% sur l'ensemble du public (-0,3 pt, *source Médiamétrie*) et de 21,6% (-0,6 pt, *source Médiamétrie*) sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans.

<sup>1</sup> 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 et de la plateforme 6play, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, le chiffre d'affaires publicitaires des radios RTL, RTL2 et Fun et la part publicitaire du chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

<sup>2</sup> 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.



Avec une part d'audience de 6,4% sur la cible commerciale (-0,2 pt, *source Médiamétrie*), **Puissance TNT** conforte sa position d'offre publicitaire leader de la TNT, et creuse l'écart face à ses principaux concurrents TMC (à 4,0%, -0,5 pt) et C8 (à 3,5%, -1,1 pt).

Grâce à la solidité de leurs audiences sur les cases stratégiques, les chaînes gratuites du Groupe M6 ont bénéficié d'une attractivité croissante auprès des annonceurs. Elles ont ainsi continué à **gagner des parts de marché** et enregistré une hausse de leurs recettes publicitaires de +3,4%.

Par ailleurs, les chaînes payantes du Groupe M6 consolident leur place parmi les meilleures chaînes payantes. Avec 10,5 millions de téléspectateurs chaque mois, **Paris Première** est la chaîne payante la plus regardée. **Téva** se classe, pour sa part, première chaîne payante sur la cible commerciale pour la 14<sup>ème</sup> vague consécutive (*source : Médiamétrie Médiamat Thématik, du 4 septembre 2017 au 18 février 2018*).

Les revenus publicitaires de 6play continuent de progresser, portés par le dynamisme de la plateforme qui rassemble désormais plus de 21 M d'inscrits.

Enfin, le début de l'année a été marqué par le renouvellement des contrats de distribution du Groupe M6 avec ses principaux partenaires distributeurs, Altice-SFR, Bouygues Telecom, Free, Groupe Canal+ et Orange. Les accords signés sécurisent la diffusion des chaînes payantes, principalement Paris Première et Téva, et rémunèrent les chaînes et services associés M6, W9 et 6ter.

## ■ RADIO

en M€	1er Trimestre		
	2018	2017 r	%
Chiffre d'affaires consolidé	34,8	-	-

L'ensemble du pôle Radio est désormais installé dans ses nouveaux bureaux de Neuilly.

Le pôle RTL Radio confirme sur la vague janvier-mars 2018, sa position de 1<sup>er</sup> groupe radio privé de France avec une part d'audience de 19,8% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus (+1 pt sur un an, *source Médiamétrie*).

- **RTL**, 1<sup>ère</sup> radio de France, réalise une part d'audience de 13,2% en progression de +0,6 point en un an, soit un record absolu toutes radios confondues depuis 10 ans. Avec 6 644 000 auditeurs par jour, jamais RTL n'avait réuni autant d'auditeurs sur une vague janvier-mars depuis 15 ans.
- **Fun Radio** conserve une part d'audience de 3,7% sur l'ensemble de la journée et établit un niveau record sur sa matinale avec 4,9% de part d'audience.
- **RTL2** réalise une part d'audience de 2,9% en progression de +16% sur un an et conforte son positionnement sur les 25-49 ans avec 5,1% de part d'audience (+31% sur un an).

Sur les trois premiers mois de l'année, **le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 34,8 M€**. Dans un marché à la visibilité faible, RTL, Fun Radio et RTL2 maintiennent une performance publicitaire stable sur le trimestre.

## ■ PRODUCTION & DISTRIBUTION DE DROITS AUDIOVISUELS

en M€	1er Trimestre		
	2018	2017 r	%
Chiffre d'affaires consolidé	17,7	29,8	-40,6%

**Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 17,7 M€, en retrait de -12,1 M€ (-40,6%)** en raison d'un calendrier de sorties cinéma nettement moins favorable qu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2017 pour SND (1,7 million d'entrées en salles vs. 4,6 M).



## ■ DIVERSIFICATIONS

en M€	1er Trimestre		
	2018	2017 r	%
Chiffre d'affaires consolidé	71,3	73,1	-2,5%

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 71,3 M€, en légère baisse de -2,5% sur un an :

- le chiffre d'affaires de **M6 Web** augmente, bénéficiant notamment du dynamisme d'iGraal ;
- **Ventadis** maintient un chiffre d'affaires stable, dans un marché toujours difficile ;
- le chiffre d'affaires du **F.C.G.B** s'inscrit en baisse en raison d'un parcours décevant de l'équipe dans les coupes nationales.

## ■ SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars 2018, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 691,4 M€ (662,3 M€ au 31 décembre 2017) avec une situation de trésorerie nette de +39,0 M€ (-28,3 M€ au 31 décembre 2017).

## ■ DIVIDENDE ET ASSEMBLEE GENERALE

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour sera notamment amenée à approuver le **versement<sup>3</sup> d'un dividende par action de 0,95 € au titre de l'exercice 2017**. La hausse de 0,10 € par rapport au dividende versé au titre de 2016 reflète les solides performances financières du Groupe ces dernières années. Le rendement calculé sur le dernier cours de bourse de l'année 2017 s'établit à 4,4%.

L'Assemblée Générale Mixte se prononcera également sur :

- la nomination de 3 nouveaux membres :
  - Bert Habets, *CEO* de RTL Group, en remplacement de Guillaume de Posch, démissionnaire ;
  - Marie Cheval, Directrice Exécutive Clients, Services, Transformation digitale du groupe Carrefour, en qualité de membre indépendant et en remplacement de Delphine Arnault ;
  - Nicolas Houzé, Directeur Général des Galeries Lafayette et du BHV Marais, en qualité de membre indépendant et en remplacement de Guy de Panafieu ;
- les renouvellements de Vincent de Dorlodot, *General Counsel* de RTL Group, et d'Anke Schäferkordt, *CEO* de Mediengruppe RTL Deutschland ;
- la ratification de la nomination de Cécile Frot-Coutaz, *CEO* de FremantleMedia, en remplacement de Christopher Baldelli, nommé Vice-Président du Directoire, en charge de la Radio et de l'Information (hors magazines).

Le Conseil de Surveillance sera ainsi composé à 42% de membres indépendants et à 50% de femmes, plaçant le Groupe en situation de respect du Code AFEP-MEDEF et des dispositions relatives à la « représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des conseils d'administration et de surveillance et à l'égalité professionnelle » prévues par l'article L.225-69-1 du Code de commerce.

Neuilly sur Seine, le 19 avril 2018

*Prochaine publication : Information financière semestrielle le 24 juillet 2018 après clôture de la bourse  
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

<sup>3</sup> Dernier jour de négociation coupon attaché : 15 mai 2018 - Date de détachement : 16 mai 2018 - Date de mise en paiement : 18 mai 2018



## ANNEXE – EVOLUTION DE L'INFORMATION SECTORIELLE DU GROUPE M6

Les principales évolutions de l'information sectorielle du Groupe M6 sont les suivantes :

- Création d'un segment radio,
- Reclassement de la branche « Nouveaux Médias Chaines » (6play) de M6 Web dans le segment Télévision,
- Renforcement du segment Production et distribution de droits audiovisuels avec les deux sociétés de production TV (Studio 89 et C Productions) et la filiale de production de contenus pour internet (Golden Network).

Le Groupe publiera désormais exclusivement un chiffre d'affaires et un EBITA pour chacun des 4 segments suivants :

- Télévision (chaînes gratuites – M6, W9 et 6ter ; chaînes payantes – Paris Première, Téva, etc. ; TV non linéaire – 6play) ;
- Radio (antennes – RTL, RTL2 et FUN RADIO ; radio non linéaire - podcasts) ;
- Production & Distribution de Droits audiovisuels (production cinéma, Production TV, Production web et distribution de droits audiovisuels) ;
- Diversifications (vente à distance, autres revenus internet, pôle interactions, M6 Créations et Girondins de Bordeaux).