

## PREMIER TRIMESTRE 2019

**Chiffre d'affaires publicitaire : 259,4 M€ (+2,9%)**

**Résultat opérationnel courant : 64,2 M€ (+3,5%)**

**Progression de la marge opérationnelle**

1 en M€	1er trimestre		
	2019	2018	%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	259,4	252,2	+2,9%
- dont publicité chaînes en clair	207,3	203,2	+2,0%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres médias	52,2	49,1	+6,3%
Chiffre d'affaires non publicitaire	86,3	93,4	-7,6%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>345,7</b>	<b>345,6</b>	<b>+0,0%</b>

Au 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice 2019, le **Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé stable, à 345,7 M€**. Les recettes publicitaires progressent de +2,9% (+7,2 M€), reflétant le **dynamisme de ses médias TV, Radio et Internet**. Le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes en clair retrouve notamment une dynamique de croissance (+2,0%), malgré un fort effet de base (+3,4% au 1<sup>er</sup> trimestre 2018).

Retraité de l'effet périmètre lié à la déconsolidation de monAlbumPhoto (cédé en juillet 2018), le recul du chiffre d'affaires non publicitaire est de -1,2 M€, et concerne principalement les activités de vente à distance.

**Le résultat opérationnel courant (EBITA)<sup>2</sup> consolidé atteint 64,2 M€**, contre 62,0 M€ au 1<sup>er</sup> trimestre 2018. Cette hausse s'explique notamment par la poursuite de la mise en œuvre des synergies liées à l'intégration du pôle Radio.

**La marge opérationnelle du Groupe s'élève à 18,6%** et progresse de +0,7 point par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2018 (17,9%).

## ■ TELEVISION

en M€	1er Trimestre		
	2019	2018	%
Chiffre d'affaires consolidé	238,6	235,3	+1,4%
dont recettes publicitaires chaînes en clair	207,3	203,2	+2,0%

Les chaînes en clair du Groupe M6 enregistrent sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2019 une part d'audience moyenne stable de 21,5% sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans<sup>3</sup>.

Grâce à ses marques historiques, comme *Le 19'45* (22% de part d'audience sur les FRDA<50), *Scènes de ménages* (22%), *Top Chef* (27%) ou *Mariés au premier regard* (23%), la chaîne **M6** voit ses audiences progresser sur la tranche stratégique 20h-24h, à de hauts niveaux (18%, soit +0,2 point).

**Puissance TNT** conforte sa position d'offre publicitaire leader de la TNT. En effet, ses deux chaînes, **W9** et **6ter**, réalisent une part d'audience cumulée de 6,8% sur la cible commerciale, en augmentation de +0,4 point par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2018.

Grâce à leur efficacité dans les cases horaires stratégiques, les chaînes en clair du Groupe M6 enregistrent une croissance de +2,0% de leurs recettes publicitaires. Cette performance illustre également l'attractivité toujours aussi forte du média TV auprès des annonceurs.

En outre, les revenus publicitaires de **6play** continuent de progresser, portés par la hausse de la consommation non-linéaire de programmes de télévision et la capacité de ciblage publicitaire de la plateforme.

En revanche, le volume de ventes de droits de diffusion n'atteint pas au 1<sup>er</sup> trimestre 2019 le niveau réalisé en 2018 (1,3 M€ vs. 3,3 M€).

## ■ RADIO

en M€	1er Trimestre		
	2019	2018	%
Chiffre d'affaires consolidé	35,5	34,8	+1,7%

Le pôle RTL Radio maintient, sur la vague janvier-mars 2019, sa position de 1<sup>er</sup> groupe radio privé de France avec une part d'audience de 18,2% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus<sup>4</sup>. Cette performance lui permet d'afficher une avance de +4,3 points sur son premier concurrent commercial.

- **RTL**, 1<sup>ère</sup> radio privée de France, réalise une part d'audience de 11,8%.
- **Fun Radio** conserve une part d'audience de 3,6% sur l'ensemble de la journée et voit sa matinale *Bruno dans la radio* gagner +0,7 point par rapport à la dernière vague de novembre-décembre 2018.
- **RTL2**, station musicale leader du segment « jeunes adultes », réalise une part d'audience de 2,9%, en progression de +0,2 point par rapport à la vague de novembre-décembre 2018.

Sur les trois premiers mois de l'année, le **chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 35,5 M€**, en hausse de +1,7%.

## ■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

en M€	1er Trimestre		
	2019	2018	%
Chiffre d'affaires consolidé	19,7	17,7	+11,3%

**Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 19,7 M€**, en hausse de +11,3% sur un an, grâce à un calendrier de sorties cinéma favorable chez **SND** (2,2 millions d'entrées en salles vs. 1,7 M au T1 2018).

Le 1<sup>er</sup> trimestre 2019 a notamment été marqué par la poursuite du succès d'*Astérix – Le Secret de la Potion Magique*, sorti le 5 décembre 2018, qui a réalisé au total plus de 4 millions d'entrées en salles en France, dont 1,1 million sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2019.

## ■ DIVERSIFICATIONS

en M€	1er Trimestre		
	2019	2018	%
Chiffre d'affaires consolidé	51,9	57,7	-10,1%

**Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 51,9 M€**, en baisse de -5,8 M€, dont -5,9 M€ au titre de la déconsolidation de monAlbumPhoto, cédé en juillet 2018.

Par ailleurs, au cours du trimestre,

- le chiffre d'affaires de **M6 Digital Services** (marketing digital et portails thématiques) augmente ;
- l'activité de **téléachat** connaît un début d'année toujours difficile en raison d'un catalogue de produits moins efficace.

## ■ SITUATION FINANCIÈRE ET DIVIDENDE

---

Au 31 mars 2019, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 755,5 M€ (contre 716,6 M€ au 31 décembre 2018) avec une situation de trésorerie nette de +141,6 M€<sup>5</sup> (contre +93,8 M€ au 31 décembre 2018).

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour sera notamment amenée à approuver le **versement<sup>6</sup> d'un dividende par action de 1,00 € au titre de l'exercice 2018**, offrant ainsi un rendement de 7,1%, calculé sur le dernier cours de bourse de l'année 2018.

## ■ GOUVERNANCE

---

A l'issue de l'Assemblée Générale, et après la démission de Bert Habets, le Conseil de Surveillance sera désormais composé de 9 membres, dont 1 administrateur représentant les salariés :

- Elmar Heggen, Président,
- Sophie de Bourgues, membre représentant les salariés,
- Marie Cheval, membre indépendant,
- Nicolas Houzé, membre indépendant,
- Mouna Sepehri, membre indépendant,
- Philippe Delusinne,
- Vincent de Dorlodot,
- Jennifer Mullin,
- Juliette Valains.

Avec 38% de membres indépendants et 50% de femmes<sup>7</sup>, le Groupe améliore sa gouvernance tant au regard du Code AFEP-MEDEF que 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.

Dans le cadre des travaux du Conseil de Surveillance relatifs à la succession du Directoire, dont le mandat actuel court jusqu'au 21 février 2020, il sera proposé à l'Assemblée Générale de porter l'âge limite à 72 ans afin de donner au Groupe la plus grande souplesse dans la mise en œuvre des différents scénarios envisagés pour l'évolution du collège du Directoire et de sa présidence.

Neuilly sur Seine, le 25 avril 2019

*Prochaine publication : Information financière semestrielle le 30 juillet 2019 après clôture de la bourse  
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

<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 en clair M6, W9 et 6ter et de la plateforme 6play, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, le chiffre d'affaires publicitaire des radios RTL, RTL2 et Fun et la part publicitaire du chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement). En raison de l'application de la norme IFRS 5 – *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées* à la suite de la cession du FCGB le 6 novembre 2018, le chiffre d'affaires et l'EBITA 2018 du groupe n'intègrent plus les données du FCGB.

<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.

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie Médiamat / audiences consolidées

<sup>4</sup> Source : Médiamétrie 126 000

<sup>5</sup> La trésorerie nette ne tient pas compte des passifs locatifs issus de l'application de la norme IFRS 16 – *Contrats de location* au 1<sup>er</sup> janvier 2019.

<sup>6</sup> Dernier jour de négociation coupon attaché : 14 mai 2019 - Date de détachement : 15 mai 2019 - Date de mise en paiement : 17 mai 2019

<sup>7</sup> Le membre du Conseil représentant les salariés n'est pas comptabilisé dans le calcul de ces deux proportions.