

PREMIER TRIMESTRE 2021

Chiffre d'affaires publicitaire : 239,4 M€ (+1,6%)

Résultat opérationnel courant : 64,3 M€

Marge opérationnelle : 21,7%

en M€	1er trimestre		
	2021	2020	%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	239,4	235,6	+1,6%
- dont publicité TV	204,0	202,9	+0,5%
- dont autres revenus publicitaires	35,4	32,7	+8,3%
Chiffre d'affaires non publicitaire	57,2	85,7	-33,3%
Chiffre d'affaires consolidé¹	296,6	321,3	-7,7%

Au 1^{er} trimestre de l'exercice 2021, le **Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé stable, hors effets périmètre** liés aux déconsolidations de Home Shopping Service (-16,6 M€) et iGraal (-8,8 M€).

Les recettes publicitaires plurimedia progressent de +1,6% (soit +3,8 M€). Après un début d'année difficile, marqué par la poursuite de la crise sanitaire, elles bénéficient d'un effet de base favorable en mars alors que le 1^{er} confinement avait été mis en place à cette période l'an dernier.

Les revenus non-publicitaires sont en repli de -3,1 M€², pénalisés essentiellement par la baisse des revenus de l'activité cinéma, liée à la fermeture des salles.

Le résultat opérationnel courant (EBITA)³ consolidé atteint 64,3 M€, contre 45,6 M€ au 1^{er} trimestre 2020 et 64,2 M€ au 1^{er} trimestre 2019. Dans un environnement d'affaires toujours dégradé, le Groupe a maintenu ses efforts en matière d'économies de coûts, améliorant ainsi la performance opérationnelle de ses pôles TV et Radio.

La grille TV a, notamment, encore fait l'objet d'une gestion optimisée, permettant une baisse significative des coûts tout en améliorant les audiences.

L'agilité dont le Groupe continue de faire preuve lui permet d'atteindre un **niveau record de marge opérationnelle (21,7% vs. 14,2% en 2020 et 18,6% en 2019 – plus haut niveau depuis 16 ans).**

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 d'une part le chiffre d'affaires publicitaire TV (les recettes publicitaires des chaînes de télévision en clair M6, W9, 6ter et Gulli et des plateformes 6play et Gulli Replay, et la part publicitaire des recettes des chaînes payantes), et d'autre part 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).

² Hors effets périmètre

³ 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.

■ TELEVISION

en M€	1er Trimestre		
	2021	2020	%
Chiffre d'affaires consolidé	232,2	228,9	+1,4%
<i>dont recettes publicitaires</i>	204,0	202,9	+0,5%

Au 1^{er} trimestre 2021, la Durée d'Ecoute Individuelle de la Télévision s'est maintenue à un niveau élevé, atteignant 3 heures et 55 minutes, soit une augmentation de +6 minutes (+3%) sur un an⁴.

Les 4 chaînes en clair du Groupe M6 enregistrent une part d'audience moyenne de 23,2% sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, en hausse de +1,2 point sur un an⁵.

Cette performance est portée par **M6**, qui voit sa part d'audience progresser de +1,1 point, à 15,1%. La chaîne bénéficie notamment du succès de ses grandes marques de divertissement, telles que *La meilleure boulangerie de France* (2,3 M de téléspectateurs et 16% de part d'audience auprès des FRDA-50 en moyenne), *Top Chef* (4,1 M - 33%), *Pékin Express* (3,2 M - 28%) ou *Mariés au premier regard* (2,9 M - 24%), et d'information, comme *Le 12 45* (1,6 M - 22%) et *Le 19 45* (3,5 M - 23%).

W9 réalise de son côté son meilleur début d'année depuis 8 ans, avec 4,1% de part d'audience FRDA-50, en progression de +0,2 point en un an. La chaîne renforce ainsi sa place de 2^{ème} chaîne TNT auprès de la cible commerciale.

Sur le non-linéaire, l'attractivité de **6play** s'est encore accrue au 1^{er} trimestre, grâce notamment au développement de son offre de programmes exclusifs et événementiels (MMA...). Le nombre d'utilisateurs actifs s'est ainsi élevé à 14 M au 1^{er} trimestre, en hausse de +12% sur un an⁶.

Après un début d'année en recul marqué, en raison du maintien puis du renforcement des mesures de restrictions sanitaires, l'effet de base favorable du mois de mars permet au marché publicitaire TV de se stabiliser au 1^{er} trimestre, par rapport aux trois premiers mois de l'année 2020.

Dans ce contexte toujours fragile, le chiffre d'affaires publicitaire TV s'inscrit en légère hausse de +0,5% sur un an.

■ RADIO

en M€	1er Trimestre		
	2021	2020	%
Chiffre d'affaires consolidé	34,2	31,5	+8,8%

Sur la vague janvier-mars 2021, le pôle RTL Radio consolide sa position de 1^{er} groupe radio privé de France, avec une part d'audience de 18,4% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus⁷. Cette performance lui permet d'afficher une avance de +5,0 points sur son premier concurrent commercial.

- **RTL**, 1^{ère} radio privée de France, réalise une part d'audience de 12,4%. *Les Grosses Têtes* (15h30-18h), l'émission emblématique de la station, est notamment leader l'après-midi avec 15% de part d'audience.
- **RTL2**, dont la matinale *Le Double Espresso* réalise sa meilleure performance historique, voit sa part d'audience atteindre 3,0% (+0,1 point). La station est par ailleurs leader du segment Jeune-Adulte.
- **Fun Radio** réalise une part d'audience de 2,9%, en hausse de +0,3 point sur un an.

Après un début d'année difficile, en raison du contexte sanitaire, le marché publicitaire Radio a rebondi en mars, à un niveau proche de celui de 2019. Dans ce contexte de retour à la croissance du marché, le chiffre d'affaires du pôle Radio atteint 34,2 M€, en hausse de +8,8%.

⁴ Source : Médiamétrie

⁵ Source : Médiamétrie Médiamat

⁶ Source : Heartbeat

⁷ Source : Médiamétrie 126000, janvier-mars 2021, Lundi-Vendredi 5h-24h

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

en M€	1er Trimestre		
	2021	2020	%
Chiffre d'affaires consolidé	9,6	15,9	-39,5%

Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 9,6 M€, contre 15,9 M€ au 1^{er} trimestre 2020. Cette baisse s'explique essentiellement par le recul des recettes de l'activité cinéma en raison de la fermeture des salles sur l'ensemble du trimestre (vs. à partir du 15 mars en 2020).

■ DIVERSIFICATIONS

en M€	1er Trimestre		
	2021	2020	%
Chiffre d'affaires consolidé	20,3	44,9	-54,8%

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 20,3 M€, en baisse de -24,6 M€, dont -8,8 M€ liés à la déconsolidation d'iGraal et -16,6 M€ liés à la cession de l'activité de téléachat (Home Shopping Service). Hors effets périmètre, les revenus des Diversifications sont en légère hausse de +0,8 M€ (+4,0%).

■ SITUATION FINANCIÈRE ET DIVIDENDE

Au 31 mars 2021, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 103,1 M€, contre 1 060,3 M€ au 31 décembre 2020, avec une situation de trésorerie nette de 174,6 M€⁸ (vs. 87,2 M€ au 31 décembre 2020).

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour sera notamment amenée à approuver le **versement⁹ d'un dividende par action de 1,50€ au titre de l'exercice 2020**, offrant ainsi un rendement de 11,3%, calculé sur le dernier cours de bourse de l'année 2020.

■ PERSPECTIVES

A l'occasion du projet de cession du contrôle de Métropole Télévision par RTL Group, le Conseil de Surveillance a décidé le 22 mars 2021 de constituer un comité ad hoc composé de ses seuls membres indépendants (Marie CHEVAL, Mouna SEPEHRI et Nicolas HOUZE) et présidé par Marie CHEVAL. Ce comité aura pour mission d'examiner les différents projets qui lui seront présentés par RTL Group, notamment au regard de l'intérêt social.

Neuilly-sur-Seine, le 20 avril 2021

*Prochaine publication : Information financière semestrielle le 27 juillet 2021 après clôture de la bourse
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

⁸ La trésorerie nette ne tient pas compte des passifs locaux issus de l'application de la norme IFRS 16 – Contrats de location.

⁹ Dernier jour de négociation coupon attaché : 3 mai 2021 - Date de détachement : 4 mai 2021 - Date de mise en paiement : 6 mai 2021