

## RESULTATS CONSOLIDÉS AU 30 JUIN 2022

**Chiffre d'affaires consolidé : 664,2 M€ (+3,0%)**

**EBITA consolidé : 161,1 M€ (+8,6% hors éléments non récurrents)**

**Marge opérationnelle (hors éléments non récurrents) : 24,9% (+1,3 pt)**

Le Conseil de Surveillance du 26 juillet 2022 a examiné les comptes du 1<sup>er</sup> semestre 2022 arrêtés par le Directoire.

| en M€   | 1 <sup>er</sup> semestre |              |               |              |               |
|---|--------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
|   | 2022                     | 2021         | % var.        | 2019         | % var.        |
| <b>Chiffre d'affaires consolidé<sup>1</sup></b>   | <b>664,2</b>             | <b>645,0</b> | <b>+3,0%</b>  | <b>714,6</b> | <b>-7,1%</b>  |
| Chiffre d'affaires publicitaire Groupe  | 530,1                    | 529,1        | +0,2%         | 539,3        | -1,7%         |
| - dont revenus publicitaires TV   | 455,3                    | 453,8        | +0,3%         | 454,3        | +0,2%         |
| - dont autres revenus publicitaires   | 74,8                     | 75,3         | -0,6%         | 85,0         | -12,0%        |
| Chiffre d'affaires non publicitaire   | 134,1                    | 115,9        | +15,7%        | 175,3        | -23,5%        |
| <b>Résultat opérationnel courant (EBITA)<sup>2</sup> consolidé hors éléments non récurrents</b> | <b>165,4</b>             | <b>152,3</b> | <b>+8,6%</b>  | <b>148,3</b> | <b>+11,6%</b> |
| <b>Résultat opérationnel courant (EBITA)<sup>2</sup> consolidé</b>                              | <b>161,1</b>             | <b>165,0</b> | <b>-2,4%</b>  | <b>148,3</b> | <b>+8,7%</b>  |
| Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises                          | -5,9                     | -3,3         | +82,2%        | -6,5         | -8,4%         |
| Plus-value sur cessions de participations   | 0,0                      | 3,2          | n.a           | 0,4          | n.a           |
| <b>Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies</b>                                   | <b>155,2</b>             | <b>164,9</b> | <b>-5,9%</b>  | <b>142,2</b> | <b>+9,2%</b>  |
| Résultat financier  | -0,1                     | -1,1         | n.a           | -2,8         | n.a           |
| Part dans les sociétés mises en équivalence   | -20,5                    | -17,4        | +18,2%        | 3,1          | n.a           |
| Impôts différés et exigibles  | -40,1                    | -27,1        | +48,1%        | -53,8        | -25,4%        |
| Résultat net des activités cédées / en cours de cession   | 0,0                      | 0,0          | n.a           | -0,3         | n.a           |
| <b>Résultat net de la période</b>   | <b>94,4</b>              | <b>119,3</b> | <b>-20,9%</b> | <b>88,4</b>  | <b>+6,8%</b>  |
| Résultat net de la période attribuable au Groupe  | 92,5                     | 119,2        | -22,4%        | 88,4         | +4,6%         |

Au 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice 2022, le Groupe M6 enregistre un chiffre d'affaires consolidé de 664,2 M€, en hausse de +3,0% par rapport au S1 2021 et tiré par les revenus non-publicitaires (+15,7%) qui bénéficient de la reprise de l'activité cinéma et de la consolidation de Stéphane Plaza Immobilier à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022.

Les recettes publicitaires plurimedia sont, quant à elles, stables (+0,2%).

**Le résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé atteint 161,1 M€**, contre 165,0 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021. Il intègre +1,0 M€ de crédit d'impôt audiovisuel résiduel (vs. +16,9 M€ d'aides publiques au S1 2021) et -5,3 M€ de charges liées à la fusion M6/TF1 (vs. -4,2 M€ au S1 2021).

Retraité de ces éléments non récurrents, l'EBITA atteint 165,4 M€ et progresse ainsi de +8,6% sur un an, reflétant notamment l'agilité du Groupe dans la gestion de l'ensemble de sa base de coûts malgré la hausse des dépenses de programmes, et la contribution de Stéphane Plaza Immobilier.

**La marge opérationnelle s'élève à 24,9%**, hors éléments non récurrents, et progresse de +1,3 point sur un an.

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2022, le Groupe a poursuivi ses investissements dans le streaming, à travers les sociétés Bedrock et Salto.

La charge d'impôt s'élève à -40,1 M€ et inclut la baisse du taux d'IS de 28,41% à 25,83%. Pour mémoire, le 1<sup>er</sup> semestre 2021 avait bénéficié d'une économie d'impôt de 16 M€ liée à une liquidation favorable au titre de l'exercice 2020.

**Le résultat net s'établit ainsi à 94,4 M€**, contre 119,3 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021.

En application de l'IFRS 8, la contribution des 4 secteurs d'activités du Groupe au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est la suivante :

| en M€  | 1 <sup>er</sup> Trimestre |              |              |              |              | 2 <sup>ème</sup> Trimestre |              |              |              |               | 1 <sup>er</sup> Semestre |              |              |              |              |
|--|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|  | 2022                      | 2021         | %            | 2019         | %            | 2022                       | 2021         | %            | 2019         | %             | 2022                     | 2021         | %            | 2019         | %            |
| TV   | 256,3                     | 232,2        | +10,4%       | 238,6        | +7,4%        | 270,0                      | 278,4        | -3,0%        | 250,9        | +7,6%         | 526,3                    | 510,6        | +3,1%        | 489,5        | +7,5%        |
| Radio  | 32,2                      | 34,2         | -5,9%        | 35,5         | -9,1%        | 42,4                       | 38,8         | +9,2%        | 46,8         | -9,5%         | 74,6                     | 73,1         | +2,1%        | 82,3         | -9,3%        |
| Production & Droits audiovisuels                       | 15,3                      | 9,6          | +59,1%       | 19,7         | -22,4%       | 11,4                       | 10,2         | +11,9%       | 20,4         | -43,9%        | 26,7                     | 19,8         | +34,8%       | 40,1         | -33,4%       |
| Diversifications                                       | 18,5                      | 20,3         | -9,0%        | 51,9         | -64,4%       | 17,6                       | 20,7         | -14,8%       | 50,7         | -65,2%        | 36,1                     | 41,0         | -11,9%       | 102,5        | -64,8%       |
| Autres CA  | 0,2                       | 0,2          | n.a          | 0,1          | n.a          | 0,2                        | 0,3          | n.a          | 0,1          | n.a           | 0,5                      | 0,5          | n.a          | 0,2          | n.a          |
| <b>Chiffre d'affaires consolidé</b>                    | <b>322,5</b>              | <b>296,6</b> | <b>+8,7%</b> | <b>345,7</b> | <b>-6,7%</b> | <b>341,7</b>               | <b>348,4</b> | <b>-1,9%</b> | <b>368,8</b> | <b>-7,4%</b>  | <b>664,2</b>             | <b>645,0</b> | <b>+3,0%</b> | <b>714,6</b> | <b>-7,1%</b> |
| TV   |                           |              |              |              |              |                            |              |              |              |               | 129,0                    | 137,2        | -6,0%        | 113,5        | +13,7%       |
| Radio  |                           |              |              |              |              |                            |              |              |              |               | 13,3                     | 14,4         | -7,7%        | 12,0         | +11,3%       |
| Production & Droits audiovisuels                       |                           |              |              |              |              |                            |              |              |              |               | 12,2                     | 11,9         | +2,5%        | 11,4         | +7,0%        |
| Diversifications                                       |                           |              |              |              |              |                            |              |              |              |               | 8,3                      | 6,1          | +35,6%       | 15,9         | -48,1%       |
| Résultats non affectés                                 |                           |              |              |              |              |                            |              |              |              |               | -1,6                     | -4,5         | n.a          | -4,5         | n.a          |
| <b>Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)</b> | <b>67,2</b>               | <b>64,3</b>  | <b>+4,5%</b> | <b>64,2</b>  | <b>+4,7%</b> | <b>94,0</b>                | <b>100,8</b> | <b>-6,7%</b> | <b>84,1</b>  | <b>+11,7%</b> | <b>161,1</b>             | <b>165,0</b> | <b>-2,4%</b> | <b>148,3</b> | <b>+8,7%</b> |
| Marge opérationnelle                                   | 20,8%                     | 21,7%        |              | 18,6%        |              | 27,5%                      | 28,9%        |              | 22,8%        |               | 24,3%                    | 25,6%        |              | 20,7%        |              |

## TELEVISION

Au 1<sup>er</sup> semestre 2022, la Durée d'Ecoute Individuelle de la Télévision atteint 3 heures et 22 minutes<sup>3</sup> auprès de l'ensemble du public (4 ans et plus), en baisse de -24 minutes (-11%) en un an. Ce basculement rapide de l'audience linéaire vers ses alternatives non linéaires vient rappeler la nécessité d'accélérer le renforcement de l'offre de contenus français de qualité, aussi bien en linéaire qu'en streaming.

Dans un contexte riche en actualités (Jeux Olympiques d'hiver, guerre en Ukraine, élection présidentielle) et favorable aux chaînes publiques et d'information, et face à un effet de base difficile avec la diffusion de l'Euro 2020 en juin 2021, les 4 chaînes en clair du Groupe M6 réalisent au 1<sup>er</sup> semestre 2022 une part d'audience moyenne de 13,9% auprès de l'ensemble du public (-0,8 point), et de 22,4% auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (-0,7 point)<sup>3</sup>.

Dans ce contexte, les chaînes du Groupe ont renforcé leur attractivité sur le créneau stratégique de la soirée (21h10-23h), **réalisant leur meilleur semestre historique auprès de la cible commerciale**, avec 27,2% de part d'audience cumulée, en hausse de +0,7 point sur un an.

Après un début d'année en nette croissance, l'activité publicitaire TV du Groupe a été pénalisée par un effet de base défavorable au 2<sup>ème</sup> trimestre. Elle avait en effet été soutenue significativement au 2<sup>ème</sup> trimestre 2021 par la diffusion sur les antennes du Groupe de 8 matchs de l'Euro 2020 et par la forte reprise du marché publicitaire et de la consommation des ménages à partir d'avril 2021 après le dernier confinement.

Dans un contexte d'inflation des prix des matières premières et de difficultés d'approvisionnement, la tendance a, en outre, été marquée par le recul des investissements publicitaires des secteurs de l'Alimentation-Boisson et de l'Automobile, partiellement compensé par le retour progressif d'autres secteurs (Tourisme-Restaurant, Hygiène-Beauté).

Sur l'ensemble du 1<sup>er</sup> semestre, **les recettes publicitaires du pôle TV sont en légère progression de +0,3%** sur un an, portées par le dynamisme de l'offre publicitaire de 6play.

**Le coût de grille TV atteint 240,5 M€**, contre 237,1 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021 et 241,9 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2019 (qui n'incluaient alors pas de dépenses liées au pôle Jeunesse, acquis au S2 2019). La reprise nécessaire des investissements du Groupe dans les contenus linéaires et non-linéaires est maîtrisée, le coût de grille restant ainsi en-deçà de ses niveaux d'avant-crise.

**L'activité TV contribue ainsi pour 129,0 M€ à l'EBITA consolidé**, contre 137,2 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021 qui bénéficiaient du crédit d'impôt audiovisuel à hauteur de +13,4 M€ (+1,0 M€ au S1 2022) et intégraient -4,2 M€ (-5,3 M€ au S1 2022) de charges liées au projet de fusion des Groupes M6 et TF1.

Hors éléments non récurrents et à périmètre comparable<sup>4</sup>, la marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe progresse de nouveau et s'établit ainsi à 25,3%, contre 24,8% au S1 2021.

## ■ RADIO

---

Au 1<sup>er</sup> semestre 2022, le pôle RTL radio, leader des groupes privés, progresse et affiche une part d'audience de 18,2% auprès des auditeurs âgés de 13 ans et plus<sup>5</sup> (+0,1 point sur un an).

- **RTL**, 1<sup>ère</sup> radio privée de France, réalise une part d'audience de 12,7%, en croissance de +0,4 point sur un an. La station est également bien positionnée sur l'écoute non-linéaire, avec 32 M d'écoutes de podcasts par mois<sup>6</sup> représentant une part de marché de 18%. *Les Grosses Têtes* s'impose comme le 1<sup>er</sup> podcast de France, avec 18,2 M d'écoutes.
- **RTL2** atteint un niveau record, avec 3,1% de part d'audience (+0,1 point sur un an).
- **FUN Radio** réalise une part d'audience de 2,4% (-0,5 point sur un an).

Sur les six premiers mois de l'année, **le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 74,6 M€**, en légère progression de +2,1% par rapport au S1 2021. L'activité publicitaire a en effet rebondi au 2<sup>ème</sup> trimestre, après un début d'année en recul.

**L'EBITA atteint 13,3 M€**, contre 14,4 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021 qui intégraient 3,4 M€ d'aides publiques exceptionnelles. La marge opérationnelle du pôle Radio atteint ainsi 17,9%, contre 15,1% au S1 2021 (hors aides publiques). Cette amélioration traduit la gestion optimisée de ses coûts et les synergies développées avec les autres médias du Groupe.

## ■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

---

**Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 26,7 M€**, en hausse de +34,8% sur un an, grâce à l'amélioration de l'activité cinéma, qui s'explique non seulement par l'ouverture complète des salles en 2022 contre une fermeture du 1<sup>er</sup> janvier au 18 mai en 2021 mais également par la sortie de 4 films distribués par SND, cumulant 2,5 M d'entrées<sup>7</sup>, dont 1,3 M pour le film d'animation *Vaillante* et 0,5 M pour le film *Maigret*.

**L'EBITA du pôle s'établit à 12,2 M€, contre 11,9 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021.**

## ■ DIVERSIFICATIONS

---

**Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 36,1 M€**, contre 41,0 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021.

Le 1<sup>er</sup> semestre 2022 a été marqué par la consolidation de Stéphane Plaza Immobilier (11,4 M€), à partir du 1<sup>er</sup> janvier, qui a compensé en partie le reclassement de M6 Créations dans le pôle Télévision (11,5 M€ au S1 2021) et le recul de l'activité de Best of TV.

**L'EBITA des Diversifications atteint ainsi 8,3 M€,** contre 6,1 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021.

## ■ SITUATION FINANCIÈRE

---

Au 30 juin 2022, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 135,3 M€, contre 1 156,4 M€ au 31 décembre 2021. La situation de trésorerie nette est positive et s'élève à 162,9 M€<sup>8</sup>, contre 248,4 M€ au 31 décembre 2021, reflétant ainsi la reconstitution rapide de la trésorerie après le versement en mai 2022 du dividende de 126,3 M€ (1,0 € par action).

## ■ PROJET DE FUSION M6/TF1

---

S'agissant du rapprochement des Groupes TF1 et M6, une communication sera diffusée très prochainement.

Neuilly sur Seine, le 26 juillet 2022

*Une conférence téléphonique se tiendra le 26 juillet 2022 à 18:30 (CEST).*

*Une webcast sera diffusée à partir du site [www.groupem6.fr](http://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<sup>ème</sup> trimestre le 25 octobre 2022 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 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).

<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 résultats de cession d'actifs financiers et de filiales.

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie

<sup>4</sup> Reclassement de M6 Créations (précédemment dans le pôle Diversifications) dans le pôle TV : 11,5 M€ de revenus et 1,3 M€ d'EBITA au S1 2021

<sup>5</sup> Source : Médiamétrie EAR > National

<sup>6</sup> Source : Médiamétrie, eStat Podcast / Juin 2022

<sup>7</sup> Source : CBO Box-office

<sup>8</sup> La trésorerie nette ne tient pas compte des dettes locatives issues de l'application de la norme IFRS 16 - *Contrats de location*