



PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE

2022



AVERTISSEMENT PRÉLIMINAIRE

Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du Groupe M6, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.

Toutes les références à des performances passées du Groupe M6 ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

Le contenu de ce document ne doit pas être considéré comme un document commercial ou une sollicitation à l'achat ou à la vente d'actions du Groupe M6.

Les informations, tableaux et états financiers figurant notamment en annexe du présent document reflètent l'information financière disponible dans le rapport financier semestriel, certifié par les commissaires aux comptes et qui sera déposé à l'AMF.





INTRODUCTION



FAITS MARQUANTS DU 1^{ER} **SEMESTRE 2022**



PUISSANCE DES MARQUES FORTES DES ANTENNES









CONSOLIDATION DE STEPHANE PLAZA IMMOBILIER







REPRISE DU CINEMA







POURSUITE DES OPÉRATIONS LIÉES À LA FUSION



SALTO **6ter**



CONTEXTE MACRO-ÉCONOMIQUE INCERTAIN





Inflation Covid



Crise en Ukraine



BAISSE DE LA DEI





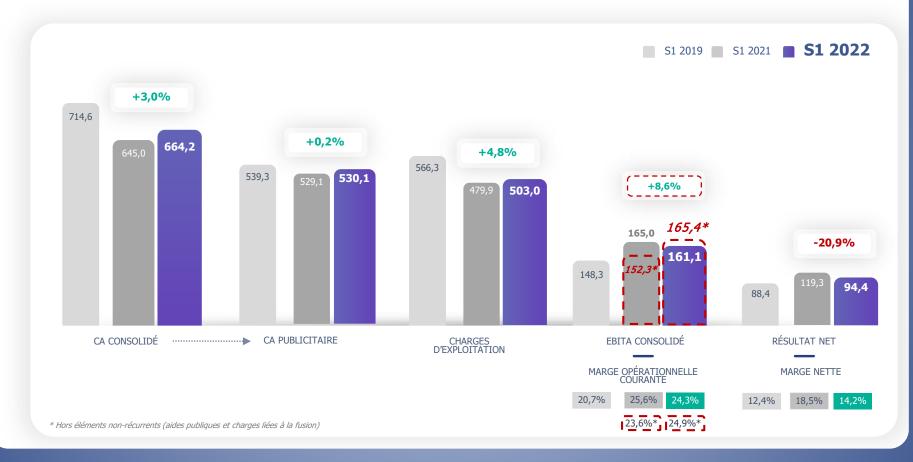
POURSUITE DES INVESTISSEMENTS DANS LE STREAMING



SALIO



NOUVELLE PROGRESSION DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE











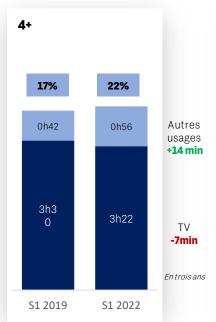
5

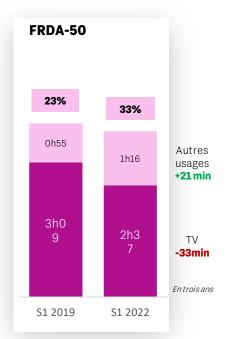
S1 2022 / S1 2019 : SUR L'ÉCRAN DE TV, LA DEI DE LA TV RECULE PENDANT QUE LES AUTRES USAGES PROGRESSENT

SUR L'ECRAN DE TV

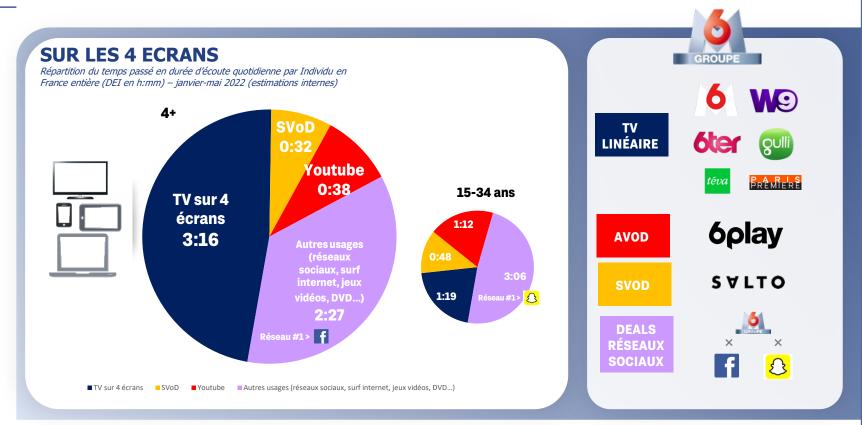
Durée d'écoute quotidienne de la TV et des Autres usages par individu <u>équipé TV</u>





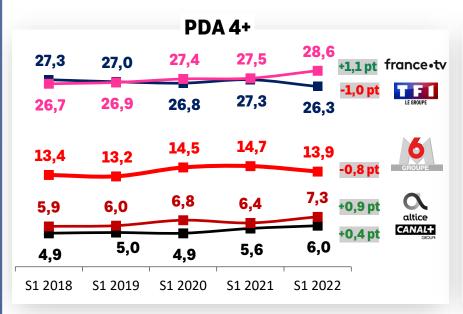


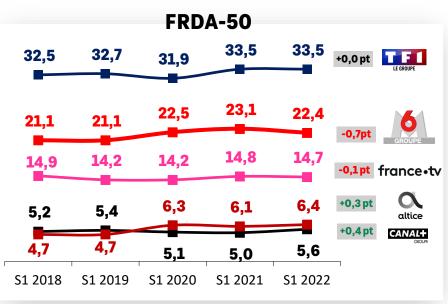
S1 2022 : FACE A LA DIVERSIFICATION DES MODES DE CONSOMMATION, LE GROUPE M6 ANCRE SES OFFRES SUR TOUS LES MARCHÉS



RECUL DES AUDIENCES DU GROUPE DANS UN CONTEXTE RICHE EN ACTUALITÉS ET FAVORABLE AUX CHAÎNES PUBLIQUES ET D'INFORMATION ET FACE À UN EFFET DE BASE DIFFICILE AVEC LA DIFFUSION DE L'EURO EN 2021

Parts d'audience des groupes*





^{*} Hors chaînes payantes, Canal+, France 4 Source : Médiamétrie / Médiamat

MEILLEUR SEMESTRE HISTORIQUE POUR LE GROUPE EN SOIRÉE AUPRÈS

DES FRDA-50











* Vs S1 2021 ** Source : Ifop / Baromètre d'image des chaînes de télévision 2022

Source : Médiamétrie / Médiamat, analyse TH 21h10-23h00 - réaffectation - audience consolidée

PUISSANCE DE LA CHAÎNE M6 EN SOIRÉE



19,4% PART D'AUDIENCE FRDA-50 EN SOIRÉE

DES MARQUES HISTORIQUES FORTES





historique FRDA-50 historique -50 ANS

32% FRDA-50 27% -50 ANS

3,0_M

de téléspectateurs en moyenne



2e meilleur score 2e meilleur score

2,6_M

de téléspectateurs en moyenne



historique -50 ANS

26% -50 ANS

3,0_M

de téléspectateurs en moyenne

LE SUCCÈS DES NOUVEAUTÉS...



22% FRDA-50 M6 leader auprès des 15-34 ans



19% FRDA-50 M6 leader auprès des 15-34 ans

... ET DES SOIRÉES ÉVÈNEMENTS

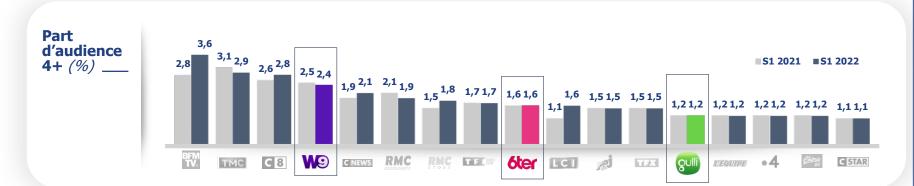


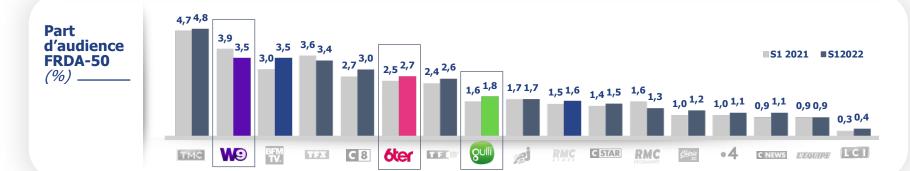


France / Danemark 5,7M° **Croatie / France** 5,6M°

Source : Médiamétrie / Médiamat, analyse réaffectation programmes – audience consolidée

AUPRÈS DES FRDA-50, W9 CONSERVE SA 2^{èME} PLACE DE LA TNT, 6TER ET GULLI PROGRESSENT





LES CHAÎNES TNT DU GROUPE PARMI LES PLUS PUISSANTES AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE



LA CHAÎNE TNT PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS*

1ère Chaîne TNT SUR LE SPORT







Jusqu'à 1,8M de téléspectateurs **Jusqu'à 1,2M** de téléspectateurs

1^{ÉRE} CHAÎNE TNT SUR LES MAGAZINES RÉCURRENTS DE PRIME ET LA TÉLÉREALITÉ**









LEADER TNT HD AUPRÈS DES FRDA-50 / -50 ANS

UNE GRILLE DE JOURNÉE PERFORMANTE



FRDA-50



3,0% FRDA-50

SUCCÈS DU CINÉMA EN PRIME



18 films ont dépassé les $0.5M^{\circ}$







* Source : Ifop / Baromètre d'îmage des chaînes de télévision 2022 ** auprès des 4+ *** LV 16h30-19h, cible 4-10 ans **** scores des lancements Sources Médiamétrie / Médiamat, S1 2022, audience globale en jour de vision auprès des FRDA-50 pour l'ensemble journée et réaffectation pour les programmes





1^{ère} CHAÎNE JEUNESSE DE FRANCE

1^{ère} CHAÎNE NATIONALE EN SORTIE D'ECOLE

17,5% auprès des enfants ***







REPOSITIONNEMENT VERTUEUX EN SOIRÉE AVEC GULLI PRIME



4,0% **** FRDA-50





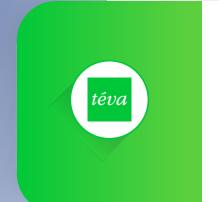
3,3% **** FRDA-50 4,1% **** FRDA-50



Chaîne payante la plus regardée

11,1 M de téléspectateurs chaque mois

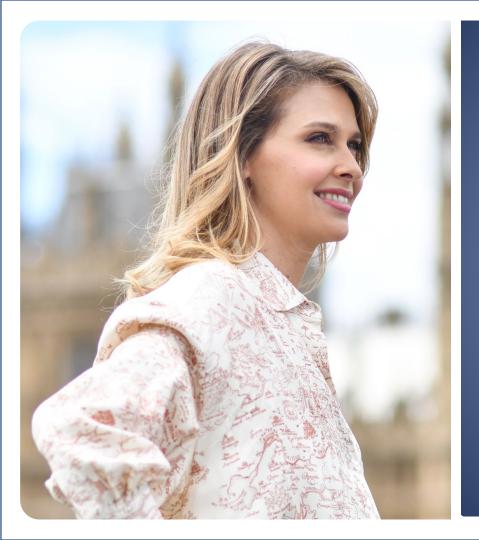
Leader des chaînes payantes auprès des CSP+* pour la 8ème vague consécutive



Téva en forte progression

7,2 M de téléspectateurs chaque mois

Source : Médiamétrie / Médiamat' Thématik - vaque 43 (janvier-juin 2022), univers concurrence étendue * avec 0,5% de PdA CSP+ CE





NON-LINÉAIRE AUDIENCES 6play

6play

MONTÉE EN PUISSANCE DE L'OFFRE AVOD DE 6PLAY ACCROISSEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DE SON OFFRE PUBLICITAIRE

L'ÉLARGISSEMENT DE L'OFFRE AVOD EST VERTUEUSE

1 utilisateur SUI 3 consomme désormais des contenus exclusifs

de temps passé sur des contenus exclusifs au S1

heures de contenus AVOD disponibles à date

Succès de la stratégie AVOD sur les séries inédites









25 M d'heures visionnées au S1 2022 (soit 10% de la consommation totale sur 6play)

+90% vs. S1 2021

AU S1 2022





18M d'utilisateurs actifs au S1 2022 251 M d'heures visionnées



Croissance à deux chiffres des recettes publicitaires

Sources : Médiamétrie et Heartheat

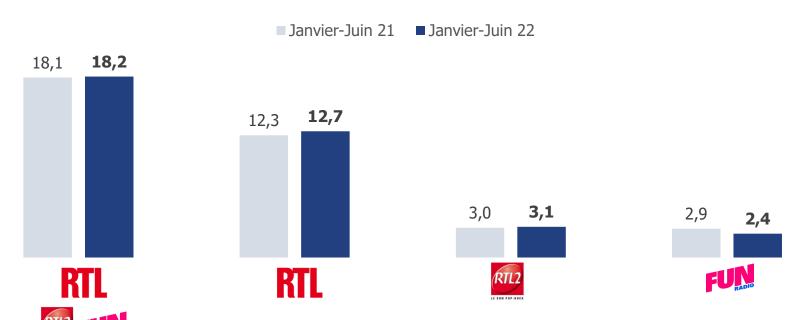




RADIO AUDIENCES

LE PÔLE RADIO, LEADER DES GROUPES PRIVÉS, PROGRESSE FORTE CROISSANCE DE RTL, UN NIVEAU RECORD POUR RTL2

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DU GROUPE ET DES STATIONS SUR UN AN



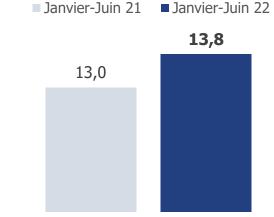
Source: Médiamétrie EAR-National, Janvier-Juin 22 vs Janvier-Juin 21, Couplage M6, RTL, RTL2, Fun Radio, Lundi-Vendredi, 5h-24h, 13+, PDA

RTL MATIN LEADER DES STATIONS PRIVÉES, EN FORTE PROGRESSION TOUT COMME LE RESTE DE LA GRILLE EN JOURNÉE

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DU 7H-9H DE RTL SUR UN AN



RTL MatinYves Calvi
(7h-9h)





Ca Peut Vous Arriver

Julien Courbet (9h30-12h30)

13,1% (**+0,6 pt**)



Les Auditeurs Ont La Parole

Pascal Praud (12h30-14h30)

11,9% (**+0,7 pt**)



L'Heure Du Crime

J.A. Richard (14h30-15h30)

9,3% (**+1,7 pt**)



Les Grosses Têtes

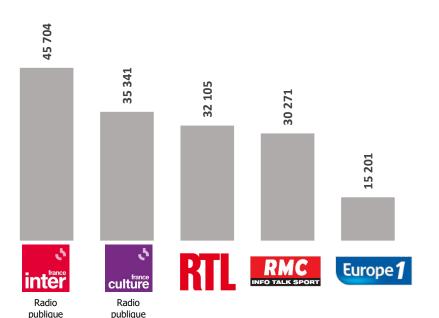
Laurent Ruquier (15h30-18h)

15,1% (**+0,3 pt**)

Source : Médiamétrie EAR-National, Janvier-Juin 22 vs Janvier-Juin 21, RTL, Lundi-Vendredi, 13+, PDA

RTL 1^{ère} RADIO PRIVÉE SUR LES PODCASTS, AVEC PLUS DE 32 MILLIONS D'ÉCOUTE EN JUIN 2022 (18% DE PDM) LES GROSSES TÊTES 1^{ER} PODCAST DE FRANCE

NOMBRE D'ÉCOUTES ET/OU TÉLÉCHARGEMENTS SUR JUIN 2022



TOP 5 DES PODCASTS LES PLUS ÉCOUTÉS/TÉLÉCHARGÉS EN JUIN 2022 (EN MILLIERS)







MARCHÉ PUBLICITAIRE

STABILITÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE PLUS INCERTAIN ET SANS COMPÉTITIONS SPORTIVES (EURO 2020 DIFFUSÉ EN 2021)

Chiffre d'affaires publicitaire net du Groupe M6 (m€) ———











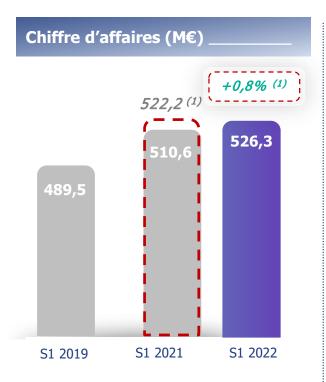






CHIFFRES CLÉS

TV: PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ HORS ÉLÉMENTS NON-RÉCURRENTS







Stabilité des recettes publicitaires



Reprise nécessaire mais maîtrisée des investissements dans les programmes

Coût de grille : +3,4 M€





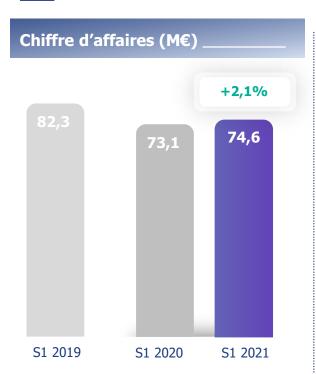
Gestion optimisée des autres coûts

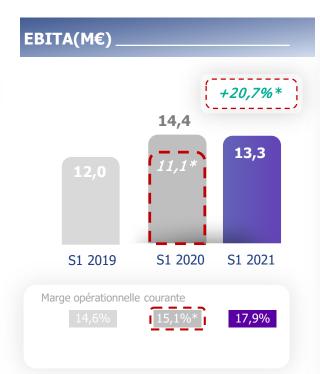


¹ A périmètre comparable : M6 Créations reclassée dans le pôle TV au 1er janvier 2022 (11,5 M€ de CA au S1 2021)

² Hors éléments non récurrents (aides publiques et charges liées à la fusion M6/TF1) et à périmètre comparable (1,3 M€ d'EBITA pour M6 Créations au S1 2021)

RADIO: POURSUITE DES EFFORTS DE MAÎTRISE DES COÛTS







Stabilisation des recettes publicitaires



Maîtrise des coûts

Synergies avec les autres antennes du Groupe

^{*} Hors éléments non récurrents (aides publiques)

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS : REPRISE DE L'ACTIVITÉ CINÉMA



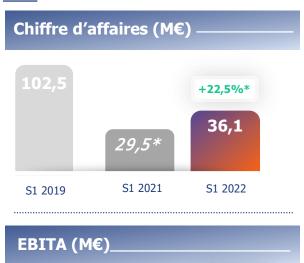




Cession de droits

Légère hausse de la rentabilité grâce à la consommation toujours soutenue du catalogue

DIVERSIFICATIONS: PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ TIRÉE PAR L'INTÉGRATION DE STÉPHANE PLAZA IMMOBILIER







^{*} Hors M6 Créations reclassée dans le pôle TV au 1e janvier 2022 (11,5 M€ de CA et 1,3 M€ d'EBITA au S1 2021)





ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	30 juin 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
Chiffre d'affaires	645,0	664,2	19,2
Autres produits opérationnels	25,3	8,5	(16,8)
Total des produits opérationnels	670,3	672,7	2,4
Consommations et autres charges opérationnelles	(317,1)	(319,9)	(2,8)
Charges de personnel (yc participation)	(124,6)	(124,0)	0,5
Impôts, taxes, versements assimilés	(25,8)	(25,9)	(0,1)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(37,8)	(41,7)	(3,9)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	165,0	161,1	(3,9)
Plus-value sur cessions de filiales	3,2	0	(3,2)
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(3,3)	(5,9)	(2,7)
Résultat Opérationnel [EBIT]	164,9	155,2	(9,7)
Résultat financier	(1,1)	(0,1)	1,0
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(17,4)	(20,5)	(3,2)
Résultat courant avant impôt	146,4	134,5	(11,9)
Impôt sur le résultat	(27,1)	(40,1)	(13,0)
Résultat net des activités poursuivies	119,3	94,4	(24,9)
Profit ou perte après impôt des activités cédées	0	0	0
Résultat net de la période	119,3	94,4	(24,9)
Attribuable au Groupe	119,2	92,5	(26,7)
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	0,2	1,9	1,8

BILAN SIMPLIFIÉ

31 décembre 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
332,5	332,6	0,1
536,2	530,6	(5,6)
813,4	805,1	(8,3)
349,0	256,4	(92,6)
2 031,2	1 924,7	(106,4)
1 156,4	1 135,3	(21,1)
14,8	11,6	(3,2)
203,0	197,9	(5,0)
657,0	580,0	(77,0)
2 031,2	1 924,7	(106,4)
	332,5 536,2 813,4 349,0 2 031,2 1 156,4 14,8 203,0 657,0	332,5 536,2 530,6 813,4 805,1 349,0 256,4 2031,2 1 924,7 1 156,4 1 135,3 14,8 11,6 203,0 197,9 657,0 580,0

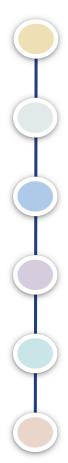
TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	30 juin 2021	30 juin 2022	Variation 2022 / 2021 (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	203,8	194,3	(9,5)
Variation de BFR d'exploitation	(9,2)	(43,0)	(33,8)
Impôt	(1,4)	(49,0)	(47,5)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	193,2	102,3	(90,9)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(36,2)	(38,8)	(2,5)
Eléments récurrents	(44,5)	(35,7)	8,7
Eléments non récurrents	8,2	(3,0)	(11,2)
Flux de trésorerie des activités de financement	(213,2)	(157,2)	56,0
Distribution de dividendes	(189,4)	(131,4)	58,0
Opérations en capital	0,0	(3,1)	(3,1)
Apports en comptes courants des coentreprises	(21,2)	(20,2)	1,0
Remboursement des dettes locatives	(3,1)	(2,5)	0,5
Autres	0,4	(0,0)	(0,4)
Flux de trésorerie des activités cédées	-	-	
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,0	1,1	1,1
Variation globale de trésorerie	(56,3)	(92,6)	
Trésorerie des actifs détenus en vue de la vente	-	-	
Trésorerie à l'ouverture	197,0	349,0	152,0
Trésorerie à la clôture	140,8	256,4	115,7
Trésorerie nette de clôture*	38,4	162,9	124,5

^{*} Hors passifs locatifs



CHALLENGES S2 2022









Renforcer l'attractivité de l'offre de contenus du Groupe



Suivi du projet de fusion des Groupes M6 et TF1



Poursuivre le développement des offres non-linéaires



Développer l'activité de production de fictions



Poursuivre le développement des synergies internes

