

PREMIER TRIMESTRE 2015

Chiffre d'affaires publicitaire de 191,9 M€(+0,9%)

Stabilité du résultat opérationnel courant (EBITA) de 39,7 M€(+1,3%)

en M€ ¹	1er trimestre		
	2015	2014	%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	191,9	190,1	+0,9%
- dont publicité chaînes gratuites	181,0	180,0	+0,6%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres medias	10,9	10,1	+7,9%
Chiffre d'affaires non publicitaire	115,5	122,2	-5,4%
Chiffre d'affaires consolidé	307,4	312,2	-1,5%

Au 1^{er} trimestre de l'exercice 2015, les recettes publicitaires du Groupe (chaînes gratuites, chaînes payantes, Internet) progressent (+0,9%) dans un contexte économique toujours morose. **Le Groupe maintient ses parts de marché en télévision gratuite** et voit ses autres recettes publicitaires progresser fortement (+7,9%) grâce à ses activités digitales et à l'**intégration d'Oxygem**, acquise en janvier 2015.

Le chiffre d'affaires non publicitaire recule de -5,4%, reflétant principalement des effets de base défavorables des activités de distribution de droits audiovisuels, du télé-achat et des Girondins de Bordeaux.

Sur les 3 premiers mois de l'année **le Groupe M6 affiche un chiffre d'affaires consolidé de 307,4 M€** en repli de -1,5% par rapport au 1^{er} trimestre 2014.

Au 1^{er} trimestre de l'exercice, le résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé atteint 39,7 M€, stable par rapport au 1^{er} trimestre 2014 (39,1 M€).

■ TELEVISION

en M€	1er Trimestre		
	2015	2014	%
Chiffre d'affaires consolidé	196,1	195,8	+0,1%
dont recettes publicitaires chaînes gratuites	181,0	180,0	+0,6%

Au 1^{er} trimestre 2015, **la durée d'écoute individuelle en télévision progresse** et atteint, pour les individus âgés de 4 ans et plus, 3h52, soit une progression de +3 minutes sur un an, reflétant la bonne santé du média TV.

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 le chiffre d'affaires des chaînes de télévision gratuite M6, W9 et 6ter, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, et la part publicitaire du chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

Dans un environnement toujours plus fragmenté et marqué par la progression des 6 nouvelles chaînes TNT HD, **les chaînes gratuites du Groupe M6 se maintiennent au 1^{er} trimestre 2015 en réalisant une part d'audience moyenne de 13,4%** (source Médiamétrie) sur les 4 ans et plus (soit -0,1 point vs. le 1^{er} trimestre 2014) :

- **la chaîne M6 maintient son rang de 2^{ème} chaîne auprès des moins de 50 ans** sur l'ensemble de la journée, grâce à ses marques fortes (*Top Chef, Scènes de ménages, Maison à vendre, Le 19.45, ...*), et poursuit sa politique de lancement de nouvelles marques (*Scorpion, 5 Salons qui décoiffent, ...*) ;
- **W9 se classe co-leader des chaînes TNT en 1^{ère} partie de soirée** auprès de l'ensemble du public et conserve son rang de 2^{ème} chaîne TNT auprès des moins de 50 ans, grâce à la puissance de son offre de films blockbusters, de compétitions sportives et de magazines originaux ;
- **6ter se place en tête de l'univers des nouvelles chaînes TNT auprès des ménagères de moins de 50 ans**, réalisant ainsi la plus forte progression des chaînes TNT HD sur cette cible en un an (+0,6 point).

Dans un marché toujours sans reprise, les chaînes gratuites du Groupe enregistrent une **légère progression de leur chiffre d'affaires publicitaire (+0,6%)**.

Les chaînes payantes (Paris Première, Téva et M6 Music) subissent en revanche une baisse de leurs recettes publicitaires, non compensée par les recettes abonnés, alors que le **Groupe a reconduit en début d'année ses accords pluriannuels avec les différentes plateformes de distribution**.

■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

en M€	1er Trimestre		
	2015	2014	%
Chiffre d'affaires consolidé	27,0	30,7	-11,9%

Au 31 mars 2015, le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'inscrit en retrait de -3,7 M€ (-11,9%) en raison d'un calendrier de sorties moins favorable qu'au 1^{er} trimestre 2014 (sortie cinéma de *Fiston*, 1,9 M d'entrées, et *Yves Saint Laurent*, 1,6 M d'entrées, sortie vidéo de *Prisoners*, ...).

Le 1^{er} trimestre 2015 a néanmoins été marqué par le succès de *Divergente 2* (1,7 million d'entrées après 2 semaines en salles), distribué au cinéma par SND.

En outre, les entrées cumulées des films coproduits par M6 Films et sortis au 1^{er} trimestre 2015 (*Taken 3, Toute première fois, Papa ou maman, ...*) se sont élevées à 5,9 M vs. 3,6 M au 1^{er} trimestre 2014.

■ DIVERSIFICATIONS

en M€	1er Trimestre		
	2015	2014	%
Chiffre d'affaires consolidé	84,3	85,7	-1,7%

Le chiffre d'affaires des Diversifications affiche un repli de -1,7% sur le 1^{er} trimestre de l'exercice, qui s'explique principalement par :

- o **Ventadis**, qui voit son chiffre d'affaires baisser de -2,5 M€ (-5,3%) à 44,1 M€ en raison d'un effet de base sur le télé-achat ;

- le **F.C.G.B.**, qui subit une baisse de -0,7 M€ (-5,2%) de son chiffre d'affaires en lien avec sa non-participation à l'Europa League et son élimination en Coupe de la Ligue plus tôt que la saison dernière.
- Le chiffre d'affaires de **M6 Web progresse de +2,9 M€ (+13,0%) à 24,9 M€ grâce à une bonne performance de la publicité vidéo et surtout à l'intégration d'Oxygem**, société acquise début 2015 qui opère différents sites Internet (CuisineAZ.com, Passeportsanté.net, Radins.com, Météocity.com, Fourchette-et-bikini.fr), et qui permet au Groupe de se positionner comme le 1^{er} Groupe TV français sur internet avec 14 M de visiteurs uniques mensuels (*source Médiamétrie-Nielsen Netratings, février 2015*).

■ SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars 2015, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 609,2 M€ (582,7 M€ au 31 décembre 2014 retraité) avec une situation de trésorerie nette de 234,0 M€.

Au 1^{er} trimestre de l'exercice, le résultat opérationnel courant (EBITA)² consolidé atteint 39,7 M€ vs. 39,1 M€ au 31 mars 2014 retraité (application rétrospective sur 2014 de la norme IFRIC 21 – *Taxes prélevées par une autorité publique*, qui affecte principalement le rythme de reconnaissance en période intermédiaire de certaines taxes, et dont l'incidence sur l'EBITA du 1^{er} trimestre 2014 s'est élevée à -2,7 M€).

■ DIVIDENDE ET ASSEMBLEE GENERALE

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour sera notamment amenée à approuver le **versement³ d'un dividende par action de 0,85 € au titre de l'exercice 2014**, identique à celui de l'année dernière. Le rendement calculé sur le dernier cours de bourse de l'année 2014 s'établit à 5,5%.

Au cours de cette même Assemblée Générale seront soumises les candidatures de deux nouveaux membres du Conseil de Surveillance :

- Sylvie Ouziel, Président Directeur Général d'Allianz Managed Operations & Services et Membre du Comité de Direction du groupe Allianz ;
- Anke Schäferkordt, Co-CEO de RTL Group et Membre du Directoire de Bertelsmann.

Le renouvellement de trois membres du Conseil de Surveillance sera également proposé :

- Gilles Samyn, Administrateur Délégué du Groupe Frère et Administrateur Délégué de la Compagnie Nationale à Portefeuille (CNP) ;
- Christopher Baldelli, Président du Directoire de RTL Radio (France) ;
- Immobilière Bayard d'Antin, représentée par Catherine Lenoble, ancien membre du Directoire du Groupe M6.

Par ailleurs, et à la suite du départ d'Albert Frère du Conseil de Surveillance, Guillaume de Posch, co-CEO de RTL Group, se portera candidat à la Présidence du Conseil de Surveillance lors de sa réunion qui se tiendra à l'issue de l'Assemblée Générale d'aujourd'hui.

Le Président du Directoire, Nicolas de Tavernost, tient à rappeler à cette occasion le rôle décisif et l'appui constant de Monsieur Albert Frère au développement du Groupe M6, dont il a été l'un des fondateurs essentiels.

² 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.

³ Dernier jour de négociation coupon attaché : 19 mai 2015 - Date de détachement : 20 mai 2015 - Date de mise en paiement : 22 mai 2015

Enfin, Rémy Sautter a remis sa démission du Conseil de Surveillance où il siégeait depuis 2000. Nicolas de Tavernost remercie Monsieur Rémy Sautter pour l'ampleur et la qualité de son travail accompli au sein du Conseil de Surveillance.

Neuilly sur Seine, le 28 avril 2015

*Prochaine publication : Information financière semestrielle le 28 juillet 2015 après clôture de la bourse
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

RELATIONS INVESTISSEURS
RELATIONS PRESSE

Eric Ghestemme 01 41 92 59 53 / eric.ghestemme@m6.fr
Yann de Kersauson 01 41 92 73 50 / ydekerauson@m6.fr