

## RESULTATS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2019

**CA publicitaire : 1 107,9 M€ (+3,8%) - plus haut historique**

**EBITA : 284,4 M€ (+6,9%) - plus haut historique**

**Marge opérationnelle : 19,5% (+0,8 point) - plus haut depuis 19 ans**

Le Conseil de surveillance du 13 février 2020 a examiné les comptes de l'exercice 2019 arrêtés par le Directoire.

en M€	2019	2018	% variation
<b>Chiffre d'affaires consolidé<sup>1</sup></b>	<b>1 456,1</b>	<b>1 421,4</b>	<b>+2,4%</b>
Revenus publicitaires Groupe	1 107,9	1 067,1	+3,8%
- dont revenus publicitaires TV	930,4	894,9	+4,0%
- dont autres revenus publicitaires	177,5	172,2	+3,0%
Revenus non publicitaires Groupe	348,2	354,3	-1,7%
<b>Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé<sup>2</sup></b>	<b>284,4</b>	<b>266,1</b>	<b>+6,9%</b>
Taux de marge opérationnelle courante	19,5%	18,7%	0,8pt
Plus et moins values de cession d'actifs	1,0	12,3	n.a
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-9,4	-3,4	n.a
<b>Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies</b>	<b>276,0</b>	<b>275,0</b>	<b>+0,4%</b>
Résultat financier	-4,6	-2,3	n.a
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	4,5	-0,8	n.a
Impôts sur le résultat	-101,8	-97,4	+4,5%
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>174,0</b>	<b>174,5</b>	<b>-0,3%</b>
Résultat net des activités abandonnées	-1,4	7,3	n.a
<b>Résultat net de la période</b>	<b>172,7</b>	<b>181,8</b>	<b>-5,1%</b>
Résultat net de la période attribuable au Groupe	172,7	181,8	-5,0%

En 2019, le Groupe M6 réalise un **chiffre d'affaires consolidé de 1 456,1 M€**, en hausse de +2,4%, soutenu par la croissance des recettes publicitaires plurimedia (+3,8%), qui incluent notamment le pôle Jeunesse TV (ex-Lagardère) sur les 4 derniers mois de l'année.

En hausse de +18,3 M€, le **résultat opérationnel courant (EBITA) atteint 284,4 M€, nouveau plus haut historique**. L'ensemble des segments d'activité du Groupe (TV, Radio, Production et droits audiovisuels, Diversifications) voient leur contribution augmenter.

A périmètre constant (hors pôle Jeunesse TV), le Groupe parvient à faire progresser son EBITA (+1,1 M€) malgré l'effet de base défavorable lié à l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange le 30 juin 2019 (-10,1 M€).

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

**La marge opérationnelle du Groupe s'élève à 19,5%** (+0,8 point par rapport à 2018) et atteint son plus haut niveau depuis 19 ans.

**Ces résultats reflètent la réussite des choix stratégiques du Groupe de renouvellement de ses actifs, entamé avec le rachat du pôle Radio en 2017 et les cessions de monAlbumPhoto et du FCGB en 2018, et poursuivi en 2019 avec l'acquisition du pôle Jeunesse TV.**

Les charges opérationnelles liées aux regroupements d'entreprise augmentent de 6,0 M€. Le Groupe a, en effet, comptabilisé une charge non-récurrente de 6,9 M€, correspondant à l'apurement des créances de fonds de soutien enregistrées à l'actif du bilan au moment de l'acquisition des sociétés de catalogue Mandarin Cinéma et Fidélité Films, en contrepartie des encaissements des subventions du CNC sur l'année.

**Le résultat net des activités poursuivies est stable, à 174,0 M€.**

En application d'IFRS 8, l'information sectorielle du Groupe est organisée en 4 secteurs d'activité, dont la contribution au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est donnée ci-après :

en M€	9 mois			4 <sup>ème</sup> trimestre			Total année		
	2019	2018	%	2019	2018	%	2019	2018	%
TV	695,2	678,2	+2,5%	318,4	288,4	+10,4%	1 013,6	966,5	+4,9%
Radio	118,5	112,2	+5,6%	52,5	54,8	-4,3%	171,0	167,0	+2,4%
Production & Droits audiovisuels	52,1	48,6	+7,2%	23,0	27,8	-17,3%	75,1	76,5	-1,7%
Autres diversifications	143,1	157,8	-9,3%	53,0	53,3	-0,6%	196,1	211,1	-7,1%
Autres CA	0,2	0,2	n.s	0,1	0,1	n.s	0,3	0,3	n.s
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 009,1</b>	<b>997,0</b>	<b>+1,2%</b>	<b>447,0</b>	<b>424,4</b>	<b>+5,3%</b>	<b>1 456,1</b>	<b>1 421,4</b>	<b>+2,4%</b>
TV	-	-	-	-	-	-	223,6	214,0	+4,5%
Radio	-	-	-	-	-	-	30,1	28,0	+7,6%
Production & Droits audiovisuels	-	-	-	-	-	-	14,8	8,7	+71,1%
Autres diversifications	-	-	-	-	-	-	25,3	25,1	+0,7%
Eliminations et résultats non affectés	-	-	-	-	-	-	-9,4	-9,6	n.a
<b>Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)</b>	<b>182,4</b>	<b>179,7</b>	<b>+1,5%</b>	<b>102,0</b>	<b>86,4</b>	<b>+18,0%</b>	<b>284,4</b>	<b>266,1</b>	<b>+6,9%</b>

\*  
\* \*

## TELEVISION

Les sociétés du pôle Jeunesse TV sont consolidées depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2019. Leur intégration opérationnelle s'accélère, avec l'installation, déjà finalisée, de l'ensemble des équipes à Neuilly.

Dans un paysage audiovisuel qui évolue, la télévision demeure incontournable. **Média le plus puissant**, elle rassemble chaque jour **41,3 M de téléspectateurs** en moyenne, contre seulement 4,5 M pour les plateformes SVOD (*source : Médiamétrie*).

Avec Gulli, la famille de chaînes en clair du Groupe M6 accroît sa puissance. Elle atteint 14,5% de part d'audience sur les 4 ans et plus et 22,8% sur la cible commerciale des femmes responsables des achats âgées de moins de 50 ans, soit les meilleurs niveaux historiques pour le Groupe (*source : Médiamétrie*) :

- ✓ **M6 maintient son rang de 2<sup>ème</sup> chaîne nationale auprès des FRDA-50**, à 14,7% de part d'audience sur l'ensemble de la journée (-0,3 pt). Sur les créneaux stratégiques de

l'avant-soirée et de la soirée (tranche horaire 19h45-22h30), qui sont les plus investis par les annonceurs, M6 est la seule grande chaîne historique à progresser en un an sur la cible (à 18,5%).

- ✓ **W9 conforte sa place de 2<sup>ème</sup> chaîne de la TNT auprès de la cible commerciale**, avec une part d'audience de 3,9% en hausse de +0,1 point.
- ✓ **6ter conserve son rang de 5<sup>ème</sup> chaîne TNT toutes générations confondues auprès des FRDA-50**, avec une part d'audience de 2,7% en hausse de +0,1 pt.
- ✓ **Gulli se classe leader national auprès des enfants** en journée (16,4% 4-10 ans sur la tranche horaire 6h-20h).
- ✓ **6play**, partie intégrante de l'offre éditoriale TV du Groupe, continue de fédérer le public français, rassemblant désormais plus de 27 M de comptes créés (+10% en un an).

Le marché publicitaire TV s'inscrit en baisse sur l'ensemble de l'année 2019, pénalisé en fin d'année par un climat économique et social difficile avec la longue grève dans les transports. Dans ce contexte défavorable, le pôle TV du Groupe M6 (chaînes en clair, chaînes payantes et 6play) parvient à stabiliser son chiffre d'affaires publicitaire annuel à périmètre constant (-3,4% au 4<sup>ème</sup> trimestre) et à le faire progresser de +4,0% avec les chaînes Jeunesse (+8,1% au 4<sup>ème</sup> trimestre).

Le coût de grille des chaînes TV (chaînes en clair, chaînes payantes et 6play) s'élève à 501,3 M€, en hausse de 5,7 M€ sur un an. Hors chaînes Jeunesse, il observe une diminution qui reflète l'agilité du groupe face à ce ralentissement conjoncturel du marché publicitaire.

**L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 223,6 M€ à l'EBITA**, soit une hausse de +9,6 M€ par rapport à 2018. La contribution du pôle Jeunesse est en partie contrebalancée par la hausse significative des investissements digitaux du Groupe.

## RADIO

La radio est un media qui reste largement plébiscité par les Français, avec **78% d'entre eux qui l'écoutent chaque jour**, soit **42 millions d'auditeurs** pour une durée d'écoute quotidienne toujours significative de **2h47** (source : Médiamétrie).

Sur l'ensemble de l'année 2019, le pôle Radio conforte son statut de 1<sup>er</sup> groupe radio privé de France avec une part d'audience de 18,5% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus (source : Médiamétrie), soit une avance de 4,3 points sur son premier challenger privé.

- ✓ Avec 12,3% de part d'audience, **RTL conserve son leadership**, à égalité avec France Inter. Depuis le début de la nouvelle saison, RTL est en revanche seul leader, devançant notamment sa concurrente publique de +0,3 point sur la dernière vague novembre-décembre 2019.
- ✓ Les radios musicales du pôle réalisent de bonnes performances sur les cibles commerciales. **Fun Radio** se classe ainsi 2<sup>ème</sup> radio musicale sur les 25-49 ans et **RTL2** 2<sup>ème</sup> radio musicale sur les CSPI+.

Dans un marché publicitaire en légère croissance, mais pénalisé également par les mouvements sociaux de fin d'année, le pôle Radio a profité de son statut de leader pour gagner des parts de marché. Son **chiffre d'affaires s'élève à 171,0 M€**, en progression de +2,4%.

**L'EBITA se monte**, pour sa part, à **30,1 M€**, contre 28,0 M€ en 2018, et reflète la poursuite de la mise en œuvre des synergies.

## PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

**Le chiffre d'affaires du pôle Production et Droits audiovisuels s'élève à 75,1 M€ en 2019**, en légère baisse de -1,7% sur un an. Le recul de la contribution des cessions de droits à l'international a été en partie compensé par la hausse de l'activité cinéma.

**SND et M6 Films** signent en effet plusieurs succès en 2019, dont *Nous finirons ensemble* (2,8 M d'entrées), *Nicky Larson et le parfum de Cupidon* (1,7 M), *Donne-moi des ailes* (1,4 M), *Joyeuse retraite !* (1,2 M) et *After – Chapitre 1* (1,2 M). Au total, les films distribués et/ou financés par le Groupe M6, sortis en 2019, ont cumulé 15,9 M d'entrées, contre 15,7 M pour les films sortis en 2018 (source : CBO Box-Office).

**L'EBITA du pôle s'établit à 14,8 M€**, en hausse de +6,2 M€ sur un an. Il reflète la solidité de l'activité de distribution de films de cinéma.

## AUTRES DIVERSIFICATIONS

En 2019, **le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 196,1 M€** (contre 211,1 M€ en 2018). Hors effets de base négatifs liés à la déconsolidation de monAlbumPhoto (-12,9 M€) et à l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange le 30 juin 2019 (-10,1 M€), il s'inscrit en hausse de +7,9 M€.

- ✓ Parmi les activités de **Ventadis**, la baisse du chiffre d'affaires du téléachat en France est en partie compensée par l'entrée en périmètre de HSS Belgique (téléachat), désormais détenu à 100%, et l'amélioration de l'activité de Best of TV.
- ✓ **M6 Digital Services** voit ses recettes augmenter, essentiellement grâce au dynamisme de l'activité de cashback, portée par iGraal. Au sein d'un marché publicitaire du display très concurrentiel, l'activité publicitaire des portails progresse également.

**L'EBITA des Diversifications est stable, à 25,3 M€**. L'impact négatif de la fin du contrat M6 mobile by Orange pèse pour -10,1 M€ et est compensé par la hausse des revenus et de la rentabilité de M6 Digital Services, ainsi que par le redressement de la rentabilité de Best of TV.

Lors de sa séance du 13 février 2020 et sur proposition du Comité des nominations, le Conseil de surveillance a décidé de renouveler le collège du Directoire dans son ensemble pour un mandat de trois années, courant jusqu'au 13 février 2023.

Le Conseil de surveillance a renouvelé Nicolas de TAVERNOST comme Président du Directoire étant entendu qu'il atteindra l'âge limite statutaire le 22 août 2022. A cet égard et conformément aux recommandations du Code AFEP-MEDEF, le Conseil de surveillance a demandé à Nicolas de TAVERNOST de participer pleinement aux travaux du Comité des nominations en vue du choix de son successeur.

Par ailleurs, dans le cadre de la composition du Conseil de surveillance, seront proposés lors de la prochaine Assemblée Générale :

- le renouvellement d'Elmar HEGGEN, Président du Conseil et COO de RTL Group ;
- le renouvellement de Philippe DELUSINNE, administrateur délégué de RTL Belgium ;
- le renouvellement de Mouna SEPEHRI, membre indépendante, avocate ;
- la ratification de la cooptation de Siskia GHESQUIERE, *General Counsel and Head of M&A* de RTL Group ;
- la ratification de la cooptation de Björn BAUER, *CFO* de RTL Group.

Neuilly sur Seine, le 13 février 2020

*La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 14 février 2020 à partir de 8h30 sur le site : [www.groupem6.fr](http://www.groupem6.fr).*

*Tous les détails de connexion seront disponibles sur le site [www.groupem6.fr/Finance](http://www.groupem6.fr/Finance)*

*Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés annuels seront mis en ligne à compter de 8h00, étant précisé que les procédures d'audit sont effectuées et que le rapport d'audit relatif à la certification des comptes est en cours d'émission.*

*Prochaine publication : Information trimestrielle du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 : le 28 avril 2020 avant ouverture de la Bourse.*

*M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*