

NEUF PREMIERS MOIS 2022

Chiffre d'affaires consolidé : 954,2 M€ (stable)

EBITA consolidé (hors éléments non récurrents) : 222,7 M€ (+5,5%)

Marge opérationnelle (hors éléments non récurrents) : 23,3% (+1,2 pt)

en M€	3 ^{ème} trimestre					9 mois				
	2022	2021	%	2019	% var	2022	2021	%	2019	% var
Chiffre d'affaires publicitaire plurimedia	219,8	239,5	-8,2%	220,5	-0,3%	749,9	768,6	-2,4%	759,8	-1,3%
<i>dont publicité TV</i>	<i>184,8</i>	<i>205,0</i>	<i>-9,9%</i>	<i>182,6</i>	<i>+1,2%</i>	<i>640,0</i>	<i>658,8</i>	<i>-2,8%</i>	<i>636,9</i>	<i>+0,5%</i>
<i>dont autres revenus publicitaires</i>	<i>35,0</i>	<i>34,5</i>	<i>+1,3%</i>	<i>37,9</i>	<i>-7,6%</i>	<i>109,8</i>	<i>109,8</i>	<i>+0,0%</i>	<i>122,9</i>	<i>-10,6%</i>
Chiffre d'affaires non publicitaire	70,3	68,5	+2,7%	74,1	-5,1%	204,4	184,4	+10,8%	249,4	-18,0%
Chiffre d'affaires consolidé¹	290,1	308,0	-5,8%	294,5	-1,5%	954,2	953,0	+0,1%	1 009,1	-5,4%
Résultat opérationnel courant (EBITA²) hors éléments non récurrents	57,2	58,7	-2,5%	34,2	+67,5%	222,7	211,0	+5,5%	182,4	+22,0%
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	<i>19,7%</i>	<i>19,1%</i>	<i>+0,7 pt</i>	<i>11,6%</i>	<i>+8,1 pts</i>	<i>23,3%</i>	<i>22,1%</i>	<i>+1,2 pt</i>	<i>18,1%</i>	<i>+5,3 pts</i>
Résultat opérationnel courant (EBITA²)	55,7	58,4	-4,6%	34,2	+63,1%	216,9	223,5	-2,9%	182,4	+18,9%

❖ 3^{ème} trimestre 2022

Le Groupe M6 enregistre un **chiffre d'affaires consolidé de 290,1 M€**, en baisse de -5,8% par rapport au 3^{ème} trimestre 2021. Face à un effet de base défavorable, les recettes publicitaires diminuent de -8,2% dans un environnement économique incertain qui pèse sur les investissements publicitaires de plusieurs secteurs, qui subissent l'inflation des prix des matières premières et les difficultés d'approvisionnement.

Les revenus non publicitaires progressent de +2,7%, bénéficiant de la consolidation de Stéphane Plaza Immobilier qui compense le recul de l'activité cinéma.

Hors éléments non récurrents, le **résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé atteint 57,2 M€**, contre 58,7 M€ au T3 2021 et 34,2 M€ au T3 2019. La baisse du chiffre d'affaires est compensée par les économies de coûts de programmes TV, l'optimisation des coûts de la Radio et la contribution de Stéphane Plaza Immobilier.

Le Groupe M6 dégage ainsi une **marge opérationnelle (hors éléments non récurrents) en croissance de +0,7 point**, qui atteint 19,7% au 3^{ème} trimestre 2022.

❖ 9 premiers mois de 2022

Sur les neuf premiers mois de l'année 2022, le **Groupe M6 réalise un chiffre d'affaires de 954,2 M€**, stable sur un an. La hausse des revenus non publicitaires (+10,8%) est contrebalancée par le léger repli des recettes publicitaires (-2,4%).

A fin septembre 2022, l'**EBITA consolidé** hors éléments non récurrents **se monte à 222,7 M€** et progresse de +5,5% sur un an, reflétant notamment la flexibilité du Groupe dans la gestion de ses coûts, les synergies développées entre l'ensemble de ses antennes et la contribution de Stéphane Plaza Immobilier.

En intégrant les éléments non récurrents, qui incluent les aides publiques résiduelles (+1,1 M€ vs. +18,7 M€ sur les 9 premiers mois de 2021) et les charges liées au projet de fusion M6/TF1 (-6,9 M€ vs. -6,2 M€ à fin septembre 2021), l'EBITA consolidé du Groupe atteint 216,9 M€.

La **marge opérationnelle s'établit ainsi à 23,3%**, hors éléments non récurrents, et progresse de +1,2 point sur un an.

Télévision

En M€	2022	2021	%	2019	%
Chiffre d'affaires publicitaire TV					
1 ^{er} Trimestre	219,2	204,0	+7,5%	221,8	-1,2%
2 ^{ème} Trimestre	236,0	249,8	-5,5%	232,5	+1,5%
3^{ème} Trimestre	184,8	205,0	-9,9%	182,6	+1,2%
Total 9 mois	640,0	658,8	-2,8%	636,9	+0,5%
Chiffre d'affaires – autres activités Télévision					
Total 9 mois	105,9	86,4	+22,7%	58,3	+81,7%
Chiffre d'affaires du segment Télévision					
Total 9 mois	746,0	745,1	+0,1%	695,2	+7,3%

Au 3^{ème} trimestre, la Durée d'Ecoute Individuelle de la Télévision atteint chaque jour 3 heures et 4 minutes³ en moyenne auprès de l'ensemble du public, en baisse de -15 minutes (-7%) en un an mais stable par rapport au 3^{ème} trimestre 2019 (+1 minute, soit +1%), année de référence.

Afin d'adresser tous les modes de consommation de contenus, le Groupe M6 poursuit le développement de ses services non-linéaires et amorce l'hybridation de sa plateforme de streaming gratuite 6play avec le lancement d'une option payante : **6play Max**. Le Groupe entend répondre aux besoins des utilisateurs souhaitant profiter de standard premium de visionnage SVOD.

Les 4 chaînes en clair du Groupe M6 (**M6, W9, 6ter et Gulli**) réalisent une part d'audience moyenne de 22,7%⁴ auprès de la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, en hausse de +0,6 point par rapport au 3^{ème} trimestre 2021. Il s'agit de la plus forte progression parmi les groupes de télévision.

Par ailleurs, la consommation de contenus sur la plateforme non-linéaire **6play** ressort en hausse de +4% par rapport au T3 2021, avec 110 M d'heures consommées⁵.

Face à un effet de base défavorable (+9,0% au T3 2021 vs. T3 2020), marqué par la diffusion de l'Euro et la reprise soutenue de la consommation des ménages durant tout l'été 2021, l'activité publicitaire TV du Groupe a été pénalisée au 3^{ème} trimestre par l'environnement économique incertain qui impacte les investissements publicitaires de plusieurs secteurs, tels que l'Alimentation-Boissons et l'Automobile.

Dans ce contexte, **les recettes publicitaires du pôle TV s'inscrivent en baisse de -9,9%** sur un an mais restent au-dessus de leur niveau d'avant-crise (+1,2% vs. T3 2019).

Enfin, les revenus des autres activités TV bénéficient du reclassement de M6 Créations depuis le 1^{er} janvier 2022 (16,3 M€ sur les 9 premiers mois de 2021, dont 4,8 M€ au T3 2021).

Radio

En M€	2022	2021	%	2019	%
Chiffre d'affaires Radio					
1 ^{er} Trimestre	32,2	34,2	-5,9%	35,5	-9,1%
2 ^{ème} Trimestre	42,4	38,8	+9,2%	46,8	-9,5%
3^{ème} Trimestre	34,5	33,3	+3,8%	36,2	-4,7%
Total 9 mois	109,1	106,3	+2,6%	118,5	-7,9%

Dans un marché publicitaire stable, malgré la baisse des investissements du secteur Automobile, **les revenus du pôle Radio du Groupe M6 atteignent 34,5 M€** au 3^{ème} trimestre 2022, **en croissance de +3,8%**.

Production et droits audiovisuels

En M€	2022	2021	%	2019	%
Chiffre d'affaires Production et droits audiovisuels					
1 ^{er} Trimestre	15,3	9,6	+59,1%	19,7	-22,4%
2 ^{ème} Trimestre	11,4	10,2	+11,9%	20,4	-43,9%
3^{ème} Trimestre	15,8	22,7	-30,3%	12,0	+31,3%
Total 9 mois	42,5	42,5	+0,1%	52,1	-18,4%

Le chiffre d'affaires de l'activité Production et droits audiovisuels atteint 15,8 M€ au 3^{ème} trimestre 2022, en baisse de -30,3% sur un an en raison d'un calendrier de sorties cinéma moins favorable.

Le nombre d'entrées en salles pour les films distribués par **SND** s'élève en effet à 1,7 M⁶, contre 3,6 M d'entrées au T3 2021 qui avait été marqué par la sortie de *Kaamelott : Premier volet*, qui reste à ce jour le plus gros succès pour un film français depuis la réouverture des salles.

Diversifications

En M€	2022	2021	%	2019	%
Chiffre d'affaires Diversifications					
1 ^{er} Trimestre	18,5	20,3	-9,0%	51,9	-64,4%
2 ^{ème} Trimestre	17,6	20,7	-14,8%	50,7	-65,2%
3^{ème} Trimestre	19,8	17,3	+14,1%	40,5	-51,3%
Total 9 mois	55,9	58,3	-4,2%	143,1	-61,0%

Le chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 19,8 M€ au 3^{ème} trimestre 2022, **en hausse de +14,1%** par rapport au 3^{ème} trimestre 2021. La consolidation de Stéphane Plaza Immobilier (6,9 M€ au T3 2022), dont l'activité poursuit sa croissance, est en partie contrebalancée par le reclassement de M6 Créations (4,8 M€ au T3 2021) dans le pôle Télévision depuis le 1^{er} janvier 2022.

*
* *

Situation financière

Au 30 septembre 2022, les capitaux propres du Groupe atteignent 1 161,5 M€, contre 1 135,3 M€ au 30 juin 2022, en croissance de +26,2 M€ reflétant essentiellement la performance opérationnelle du 3^{ème} trimestre.

Le Groupe affiche une position de trésorerie nette positive de +188,1 M€⁷ au 30 septembre 2022, contre +162,9 M€ au 30 juin 2022.

Perspectives

Le Groupe M6 et le Groupe Canal+ renouvellent leurs accords pour la distribution des chaînes du Groupe M6 et de leurs services associés auprès des clients Canal+, qui pourront continuer à profiter des services du Groupe M6 en linéaire et à la demande, de contenus enrichis (fenêtres de diffusion non linéaire étendues, avant-premières) et de fonctionnalités innovantes.

Neuilly sur Seine, le 25 octobre 2022

*Une conférence téléphonique se tiendra le 25 octobre 2022 à 18:30 (CEST).
Les coordonnées permettant de suivre la conférence sont disponibles sur le site www.groupem6.fr (rubrique Finance)
Prochaine publication : Information financière annuelle 2022 le 14 février 2023 après clôture de la bourse
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

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 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.

³ Source : Médiamétrie

⁴ Source : Médiamétrie Mediamat

⁵ Source : Heartbeat

⁶ Source : CBO Box-office

⁷ La trésorerie nette ne tient pas compte des dettes locatives issues de l'application de la norme IFRS 16 – *Contrats de location* au 1^{er} janvier 2019.