

Neuilly-sur-Seine, le 29 juillet 2025

RÉSULTATS DU 1^{er} SEMESTRE 2025

Performances solides dans un contexte difficile

Progression des parts d'audience du Groupe

Attraction de talents clés

Poursuite de la transformation digitale

FAITS MARQUANTS

- **Meilleures audiences TV depuis 3 ans sur la saison 2024/2025**
 - Part d'audience des 4 chaînes en clair du Groupe en hausse de +0,6 point à 22,8%
- **Troisième vague de hausse consécutive pour RTL en avril-juin**
- **+35% d'utilisateurs uniques et +17% d'heures vues sur la plateforme M6+**
- **Très bonne tenue des activités vidéo et audio avec une marge opérationnelle de 99,4 M€** (vs. 101,5 M€ au S1 2024) **et un taux de marge de 17,2%** (vs. 16,9% au S1 2024) grâce à des efforts continus sur les coûts et une surperformance publicitaire

CHIFFRES CLÉS

- **Marge opérationnelle au T2 2025 stable à 18,2%**
- **Chiffre d'affaires S1 : 632,7 M€** (vs. 656,9 M€ au S1 2024, soit -3,7%)
- **Croissance de +32,5% du chiffre d'affaires streaming** qui représente **11,6% du CA du pôle vidéo** (vs. 8,4% au S1 2024)
- **Marge opérationnelle S1 2025 maintenue à un niveau élevé (16,7%)** dont :
 - Activité vidéo : 16,7% (vs. 16,5% au S1 2024)
 - Activité audio : 20,3% (vs. 20,1% au S1 2024)

PERSPECTIVES

- **Recrutement de nouveaux talents** destinés à renforcer l'offre et les audiences
- **Confirmation de l'objectif de chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ en 2028**
- **>1 milliard d'heures visionnées sur la plateforme d'ici à 2028**

David Larramendy, Président du Directoire du Groupe M6, déclare : « Les résultats semestriels que nous publions aujourd'hui illustrent l'agilité de notre Groupe dans un contexte de marché difficile. Malgré l'absence de diffusion d'événement sportif d'ampleur sur la période, nous réalisons notre meilleur début d'année depuis trois ans en termes d'audiences sur les 4+ et les cibles commerciales. Notre gestion attentive des coûts nous permet d'afficher une marge opérationnelle d'un niveau particulièrement élevé parmi nos pairs.

Nous entendons capitaliser au second semestre 2025 sur cette dynamique malgré un manque de visibilité sur la dynamique publicitaire. Le recrutement de nouveaux talents dans l'information et le divertissement visent à renforcer notre offre et nos audiences sur le long terme. Nous allons poursuivre en parallèle notre stratégie de transformation digitale et confirmons nos objectifs d'un chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ en 2028 pour un milliard d'heures visionnées sur notre plateforme M6+.

PERFORMANCES FINANCIÈRES

en M€

Chiffre d'affaires consolidé¹

Revenus publicitaires Groupe

- dont revenus publicitaires Vidéo

- dont autres revenus publicitaires

Revenus non publicitaires Groupe

Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé²

Taux de marge opérationnelle courante

Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises

Plus-value sur cessions de participations

Résultat opérationnel (EBIT)

Résultat financier

Part dans les sociétés mises en équivalence

Impôts différés et exigibles

Résultat net de la période

(hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices)

Contribution exceptionnelle sur les bénéfices des grandes entreprises³

Résultat net de la période

Résultat net de la période attribuable au Groupe

| T2 2025 | T2 2024 | % var. T2 | S1 2025 | S1 2024 | % var. S1 |
|---------|---------|-----------|---------|---------|-----------|
| 317,7 | 334,6 | -5,0% | 632,7 | 656,9 | -3,7% |
| 266,3 | 276,7 | -3,8% | 520,2 | 528,8 | -1,6% |
| 228,2 | 238,4 | -4,3% | 450,1 | 458,5 | -1,8% |
| 38,1 | 38,3 | -0,5% | 70,0 | 70,3 | -0,4% |
| 51,5 | 57,9 | -11,1% | 112,5 | 128,1 | -12,2% |
| 57,8 | 62,2 | -6,9% | 105,9 | 120,1 | -11,8% |
| 18,2% | 18,6% | -0,4pt | 16,7% | 18,3% | -1,5pt |
| -2,3 | -2,7 | 14,1% | -4,3 | -4,9 | 12,1% |
| 0,0 | 0,0 | n.a | 0,1 | 0,0 | n.a |
| 55,5 | 59,4 | -6,6% | 101,7 | 115,1 | -11,7% |
| 0,5 | 4,3 | n.a | 2,9 | 9,8 | n.a |
| -3,0 | -2,4 | -21,9% | -6,6 | -6,1 | -8,8% |
| -15,6 | -17,4 | 10,3% | -28,4 | -33,5 | 15,1% |
| 37,5 | 43,9 | -14,5% | 69,5 | 85,3 | -18,5% |
| 0,0 | 0,0 | n.a | -11,6 | 0 | n.a |
| 37,5 | 43,9 | -14,5% | 57,9 | 85,3 | -32,1% |
| 38,3 | 43,8 | -12,7% | 59,2 | 85,1 | -30,4% |

Le 2^{ème} trimestre 2025 est marqué par un effet de base élevé lié à la diffusion de l'Euro 2024 l'an passé à la même période. Dans ce contexte, les revenus publicitaires vidéo du Groupe sont en recul de 10,2 M€ par rapport au T2 2024 (-4,3%). Grâce à une forte maîtrise des coûts, l'EBITA¹ consolidé affiche une baisse limitée de 4,3 M€, dégageant ainsi une **marge opérationnelle de 18,2%, stable par rapport au T2 2024**.

Au 1^{er} semestre 2025, le chiffre d'affaires publicitaire vidéo est en légère baisse de -1,8% (soit -8,4 M€) par rapport au 1^{er} semestre 2024. La forte croissance des revenus streaming (+32%) vient compenser un contexte macro-économique toujours incertain. Sur la période, le chiffre d'affaires audio est quasi stable (-0,6 M€). Après un 1^{er} semestre 2024 exceptionnel, l'activité cinéma retrouve un niveau habituel et le ralentissement du marché immobilier continue de peser sur les activités de SPF.

Au total, le **chiffre d'affaires consolidé² du Groupe s'établit à 632,7 M€, en baisse de 24,2 M€**.

Le coût de grille du pôle vidéo s'élève à 253,0 M€, en baisse de 11,2 M€, dans un semestre marqué par l'absence de diffusion d'événements sportifs majeurs et la poursuite des investissements dans des contenus consommables en streaming.

Le **résultat opérationnel courant du Groupe (EBITA) s'élève ainsi à 105,9 M€, reflétant la stabilité des activités audio et vidéo ainsi que le recul de l'activité cinéma et des activités de diversifications**.

Le résultat financier est en baisse de 6,9 M€, et s'explique par la conjonction de la baisse des taux et du volume de trésorerie.

Enfin, au 1^{er} semestre 2025 et hors contribution exceptionnelle sur les bénéfices des grandes entreprises³ de 11,6 M€, le résultat net de la période est de 69,5 M€ (-18,5% par rapport au 1^{er} semestre 2024).

Le **résultat net de la période attribuable au Groupe et intégrant cette charge exceptionnelle s'élève à 59,2 M€**.

¹ 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.

² L'information présentée vise à faire ressortir la répartition du CA consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent d'une part le CA publicitaire TV (les recettes publicitaires des chaînes de télévision en clair M6, W9, 6ter et Gulli et des plateformes 6play (De janvier à mai 2024), M6+ et Gulli Replay, et la part publicitaire des recettes des chaînes payantes), et d'autre part le CA publicitaire des radios RTL, RTL2 et Fun.

³ Conformément à l'article 38 de la loi de finances pour 2025, elle correspond à une majoration de 20,6% de l'IS pour les Groupes réalisant un CA compris entre 1 et 3 milliards d'euros annuel. Conformément à IAS34, cette contribution est intégralement anticipée dès le début de l'exercice 2025, sur la base du résultat fiscal 2024.

PERFORMANCE PAR PÔLES D'ACTIVITÉS

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 ^{er} trimestre | | | 2 ^{ème} trimestre | | | 1 ^{er} semestre | | |
|--|---------------------------|--------------|---------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------------------|--------------|---------------|
| | 2025 | 2024 | % | 2025 | 2024 | % | 2025 | 2024 | 25/24 % |
| Vidéo (ex-Télévision) | 249,7 | 254,5 | -1,9% | 255,2 | 270,8 | -5,7% | 504,9 | 525,3 | -3,9% |
| Audio (ex-Radio) | 33,5 | 33,9 | -1,2% | 40,6 | 40,7 | -0,3% | 74,1 | 74,7 | -0,7% |
| Production & Droits audiovisuels | 21,6 | 27,0 | -19,8% | 13,1 | 13,3 | -1,4% | 34,8 | 40,3 | -13,7% |
| Diversifications | 9,9 | 6,6 | +49,0% | 8,6 | 9,6 | -10,4% | 18,5 | 16,2 | +13,9% |
| Autres CA | 0,2 | 0,2 | +2,6% | 0,2 | 0,2 | -8,1% | 0,4 | 0,4 | -2,7% |
| Chiffre d'affaires consolidé | 314,9 | 322,3 | -2,3% | 317,7 | 334,6 | -5,0% | 632,7 | 656,9 | -3,7% |
| Vidéo (ex-Télévision) | | | | | | | 84,4 | 86,5 | -2,4% |
| Audio (ex-Radio) | | | | | | | 15,1 | 15,0 | +0,4% |
| Production & Droits audiovisuels * | | | | | | | 9,3 | 15,6 | -40,4% |
| Diversifications | | | | | | | -0,1 | 3,2 | n.a |
| Résultats non affectés * | | | | | | | -2,7 | -0,3 | n.a |
| Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA) | 48,1 | 57,9 | -17,0% | 57,8 | 62,2 | -6,9% | 105,9 | 120,1 | -11,8% |
| <i>Marge opérationnelle</i> | <i>15,3%</i> | <i>18,0%</i> | | <i>18,2%</i> | <i>18,6%</i> | | <i>16,7%</i> | <i>18,3%</i> | |

* Depuis le 1^{er} janvier 2025, l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés est affectée à ce secteur.

1. Vidéo (ex-Télévision)

Dans un contexte de marché toujours incertain, **le chiffre d'affaires publicitaire du pôle Vidéo s'élève à 450,1 M€ au 1^{er} semestre 2025**, en baisse de **1,8%** par rapport au 1^{er} semestre 2024 qui avait bénéficié de la diffusion de l'Euro de football. Le **chiffre d'affaires streaming⁴** augmente de **+32,5%** et s'établit à 58,6 M€, représentant ainsi **11,6% du chiffre d'affaires total du pôle Vidéo** au 30 juin 2025 (contre 8,4% au 1^{er} semestre 2024), et reflétant la transformation digitale en cours.

Le chiffre d'affaires non publicitaire du pôle vidéo est en baisse de 11,9 M€, traduisant le développement de M6+ via de nouveaux canaux de diffusion.

Au 1^{er} semestre 2025, la part d'audience des quatre chaînes en clair du Groupe M6 (M6, W9, 6ter et Gulli) s'élève à **22,8%⁵** sur la cible commerciale des FRDA-50, en hausse de +0,6 point.

Avec une part d'audience de 13,7% sur cette même cible, la chaîne M6 est en hausse (+0,6 point), malgré un 1^{er} semestre 2024 marqué par la diffusion de l'Euro, et réalise de belles performances en prime sur ses marques de divertissement comme *Mariés au premier regard* (32% sur les FRDA-50), *Pékin Express* et *Top Chef* (25% sur les FRDA-50) mais aussi en journée avec *La Roue de la Fortune* (16%⁶ sur les FRDA-50) ou encore *Un Jour Un doc* (14%⁶ sur les FRDA-50). Sur la TNT, W9 est stable sur le 1^{er} semestre tandis que 6ter enregistre des scores historiques. Sur sa cible principale (les 4-10 ans), Gulli réalise une part d'audience de **17,5%⁷** contre 15,6% l'année dernière.

⁴ Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires digital (AVOD) et des revenus d'abonnements de M6+ Max et Gulli Max.

⁵ Médiamétrie Médiamat, chaînes TNT du Médiamat Quotidien (MNQ / SE) - S1

⁶ En audiences veille

⁷ Médiamétrie / Médiamat, tranche horaire 6h-20h, en audience consolidée

Avec 28,0 M⁸ d'utilisateurs uniques au 1^{er} semestre 2025, (+35% par rapport au 1^{er} semestre 2024), la plateforme **M6+ confirme son accélération** avec une augmentation de +17%⁹ du nombre d'heures vues sur la même période.

Au 1^{er} semestre 2025, le Groupe a poursuivi sa transformation vers un modèle de diffusion mixte streaming / linéaire et a, simultanément, réalisé des économies notamment sur le coût de grille.

L'EBITA du pôle vidéo s'élève ainsi à 84,4 M€ (-2,1 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2024) dégagant une **marge opérationnelle de 16,7%, stable** par rapport au 1^{er} semestre 2024.

2. Audio (ex-Radio)

Le pôle Audio affiche sur la vague avril-juin une part d'audience de 17,2%¹⁰ auprès des auditeurs âgés de 13 ans et plus, en hausse de +0,9 point par rapport à la période équivalente en 2024. Il maintient ainsi sa position de **leader des groupes privés**. La part d'audience commerciale des radios du Groupe s'élève à 20,9%¹¹, en croissance de 2,2 points par rapport à l'année dernière, **surperformant largement les autres groupes privés**. Sur les six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du pôle audio s'établit à 74,1 M€, quasi stable par rapport au S1 2024.

L'EBITA s'élève à 15,1 M€, stable par rapport au 1^{er} semestre 2024. **La marge opérationnelle** atteint ainsi **20,3%**.

3. Production et droits audiovisuels

Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 34,8 M€, en baisse de 5,5 M€, principalement en raison d'un effet de base défavorable pour l'activité cinéma qui avait connu une année record en 2024. Le nombre d'entrées au 1^{er} semestre 2025 s'élève à 2,9 M (dont principalement *Les Bodin's partent en vrille*, *Conclave*, *Dis-moi juste que tu m'aimes* et *Le Secret de Kheops*) contre 5,4 M d'entrées au 1^{er} semestre 2024, qui avait été marqué par l'engouement exceptionnel du public pour les films *Cocorico* et *Une vie*.

Au 1^{er} semestre 2025, l'EBITA s'établit à 9,3 M€ (-6,3 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2024), soit une **marge opérationnelle de 26,7%**.

4. Diversifications

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 18,5 M€ au 30 juin 2025, en hausse de 2,3 M€, la contribution de La Boîte aux Enfants (Gulli Parcs) compensant l'impact du ralentissement du marché immobilier sur les activités de Stéphane Plaza France.

L'EBITA du pôle s'élève à -0,1 M€, en recul de 3,3 M€ en raison principalement de la baisse du nombre de transactions immobilières et des coûts non récurrents liés au lancement de la marque « 6^{ème} Avenue ».

⁸ Médiamétrie / Médiamat - Chaînes M6, W9, 6ter et Gulli à la demande

⁹ Données internes Heartbeat (site centric)

¹⁰ Médiamétrie EAR > National, Avril-Juin 2025 LâV, 5h-24h

¹¹ Médiamétrie EAR - National, AJ25 Vs JM25 et AJ24, Lundi-Vendredi, 25-49 ans, 5h-24h, PDAC (16 stations commerciales)

AUTRES INFORMATIONS

Situation financière

Au 30 juin 2025, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 225,6 M€ contre 1 321,1 M€ au 31 décembre 2024.

La variation globale de trésorerie est de (153,2) M€, quasiment stable par rapport au 1^{er} semestre 2024, reflétant le versement du dividende pour 157,3 M€ (1,25€ par action) en mai 2025.

Engagement RSE

Créée pour favoriser la réinsertion après la prison, la Fondation du Groupe M6 célèbre cette année ses 15 ans d'engagement. Depuis sa création, 288 associations ont été soutenues, près de 900 collaborateurs se sont impliqués dans des actions solidaires et 7,5 M€ ont été investis en faveur de la réinsertion d'anciens détenus.

PERSPECTIVES

Le Groupe poursuivra la mise en œuvre de son plan streaming au cours du 2nd semestre 2025 et au-delà. L'objectif de la transformation digitale initiée par le Groupe est d'atteindre un chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ et un milliard d'heures visionnées sur la plateforme M6+ en 2028.

En parallèle, le Groupe renforce sa proposition de valeur sur le segment de la télévision linéaire. Cette ambition, qui se reflète notamment par l'arrivée de nouveaux talents sur ses antennes prévue dès la rentrée prochaine, lui permettra de continuer à proposer une offre de divertissement puissante, originale et à fort potentiel digital. Les différents recrutements décidés au 1^{er} semestre 2025 renforceront notamment deux piliers de l'offre du Groupe M6 : le divertissement familial et l'information.

Par ailleurs, dans un contexte de marché incertain, le Groupe s'efforcera de maximiser ses performances publicitaires au 2nd semestre.

La présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 29 juillet 2025 à partir de 18h30 (CET).

Les détails de connexion sont disponibles sur le site : <https://www.groupeM6.fr/fr/investisseurs/information-reglementee/presentation-des-resultats-semestriels-2025/>

Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés semestriels seront mis en ligne à compter de 18h00, 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.

Information du 3^{ème} trimestre 2025 : le 28 octobre 2025 après clôture de la Bourse.

M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.
Code MMT, code ISIN : FR0000053