

## TROISIEME TRIMESTRE 2019

Hausse du chiffre d'affaires publicitaire de **+3,6%**, à **220,5 M€**

Progression de l'EBITA de **+4,7%**, à **34,2 M€**

Intégration du pôle TV Jeunesse depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2019

Le Conseil de Surveillance du 29 octobre 2019 a examiné les comptes du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019 arrêtés par le Directoire.

en M€ <sup>1</sup>	1 <sup>er</sup> semestre			3 <sup>ème</sup> trimestre			9 mois		
	2019	2018	%	2019	2018	%	2019	2018	%
Chiffre d'affaires publicitaire plurimedia	539,3	527,1	+2,3%	220,5	212,8	+3,6%	759,8	739,9	+2,7%
<i>dont publicité chaînes en clair</i>	420,5	417,7	+0,7%	169,2	166,0	+1,9%	589,7	583,7	+1,0%
<i>dont autres revenus publicitaires</i>	118,8	109,4	+8,6%	51,3	46,8	+9,6%	170,1	156,2	+8,9%
Chiffre d'affaires non publicitaire	175,3	176,1	-0,5%	74,1	81,0	-8,6%	249,4	257,1	-3,0%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>714,6</b>	<b>703,2</b>	<b>+1,6%</b>	<b>294,5</b>	<b>293,8</b>	<b>+0,3%</b>	<b>1 009,1</b>	<b>997,0</b>	<b>+1,2%</b>
<b>Résultat opérationnel courant (EBITA<sup>2</sup>)</b>	<b>148,3</b>	<b>147,1</b>	<b>+0,8%</b>	<b>34,2</b>	<b>32,6</b>	<b>+4,7%</b>	<b>182,4</b>	<b>179,7</b>	<b>+1,5%</b>
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	20,7%	20,9%	-0,2 pt	11,6%	11,1%	+0,5 pt	18,1%	18,0%	+0,1 pt

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe M6 est stable (+0,3%), à 294,5 M€. La baisse des revenus non publicitaires (recettes de distribution cinéma principalement) est compensée par la progression des recettes publicitaires plurimedia (croissance organique de +1,7%)<sup>3</sup>.

L'EBITA consolidé atteint 34,2 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, vs. 32,6 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018. Le Groupe parvient ainsi à faire progresser son résultat opérationnel malgré l'effet de base défavorable lié à l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange le 30 juin 2019 (-4,7 M€). Cette hausse reflète la progression de la rentabilité des segments TV et Radio.

Ainsi, sur les neuf premiers mois de l'année 2019, le Groupe M6 réalise un chiffre d'affaires de 1 009,1 M€, en progression de +1,2%, dont +2,7% pour les recettes publicitaires.

A fin septembre 2019, l'EBITA consolidé se monte à 182,4 M€, en hausse de +1,5% sur un an.

La marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 18,1% (+0,1 point).

<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 le chiffre d'affaires des chaînes de télévision en clair M6, W9, 6ter et Gulli et des plateformes 6play et Gulli Replay, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, 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.

<sup>3</sup> Hors pôle TV Jeunesse (ex Lagardère)

## Télévision

En M€	2019	2018	%
<b>Chiffre d'affaires publicitaire chaînes en clair</b>			
1 <sup>er</sup> Trimestre	207,3	203,2	+2,0%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	213,2	214,5	-0,6%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	169,2	166,0	+1,9%
<b>Total 9 mois</b>	<b>589,7</b>	<b>583,7</b>	<b>+1,0%</b>
<b>Chiffre d'affaires – autres activités Télévision</b>			
Total 9 mois	105,5	94,5	+11,7%
<b>Chiffre d'affaires du segment Télévision</b>			
<b>Total 9 mois</b>	<b>695,2</b>	<b>678,2</b>	<b>+2,5%</b>

Les 4 chaînes en clair du Groupe M6 (**M6**, **W9**, **6ter** et **Gulli**) voient leur part d'audience sur la cible commerciale des femmes responsables des achats de moins de 50 ans rester stable au 3<sup>ème</sup> trimestre<sup>4</sup>.

Les sociétés du pôle TV de Lagardère sont consolidées depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2019. Leur intégration opérationnelle est en cours, avec le rassemblement des équipes à Neuilly en fin d'année.

A périmètre constant, le chiffre d'affaires du segment TV progresse de +1,3% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019.

Hors Gulli, les recettes publicitaires des chaînes en clair affichent un léger repli (-0,3%), la solidité de l'activité en septembre ayant compensé la baisse observée en juillet et août.

Enfin, l'activité publicitaire de **6play** poursuit sa dynamique de croissance, portée par le succès de ses programmes à la demande et l'attractivité auprès des annonceurs de son offre de ciblage publicitaire.

## Radio

En M€	2019	2018	%
1 <sup>er</sup> Trimestre	35,5	34,8	+1,7%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	46,8	42,9	+9,1%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	36,2	34,4	+5,3%
<b>Total 9 mois</b>	<b>118,5</b>	<b>112,2</b>	<b>+5,6%</b>

Dans un marché solide au 3<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires du pôle Radio atteint 36,2 M€, en croissance de +5,3% sur un an. **RTL**, 1<sup>ère</sup> radio de France, **RTL2** et **Fun Radio** contribuent chacune à cette bonne performance.

## Production et droits audiovisuels

En M€	2019	2018	%
1 <sup>er</sup> Trimestre	19,7	17,7	+11,3%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	20,4	14,2	+43,2%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	12,0	16,7	-27,9%
<b>Total 9 mois</b>	<b>52,1</b>	<b>48,6</b>	<b>+7,2%</b>

Le chiffre d'affaires de l'activité Production et droits audiovisuels atteint 12,0 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, en retrait de -27,9% 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 1,3 M, contre 2,7 M au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018. Le succès d'*Inséparables* est toutefois à souligner, la comédie française ayant réuni plus d'1,0 M de téléspectateurs depuis sa sortie le 4 septembre dernier.

## Diversifications

En M€	2019	2018	%
1 <sup>er</sup> Trimestre	51,9	57,7	-10,1%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	50,7	53,0	-4,4%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	40,5	47,1	-14,0%
<b>Total 9 mois</b>	<b>143,1</b>	<b>157,8</b>	<b>-9,3%</b>

Le chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 40,5 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, en baisse de -6,6 M€ sur un an. Ce recul s'explique essentiellement par l'arrêt du contrat M6 mobile by Orange au 30 juin 2019 (4,7 M€ de chiffre d'affaires au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018).

<sup>4</sup> Source : Médiamétrie Médiamat - y compris Gulli au T3 2019 vs. T3 2018

\*  
\* \*

## Situation financière

Au 30 septembre 2019, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 698,6 M€ (680,8 M€ au 30 juin 2019), avec une position de trésorerie nette négative de -169,4 M€<sup>5</sup>, qui reflète le financement du rachat du pôle TV Jeunesse finalisé au début du mois de septembre (prix d'acquisition : 215 M€).

## Perspectives

Dans un marché publicitaire TV irrégulier et à la visibilité réduite, le Groupe M6 s'attachera, au 4<sup>ème</sup> trimestre, à maintenir la puissance de ses audiences sur les cases horaires stratégiques grâce notamment à ses marques fortes.

Avec l'acquisition du pôle TV Jeunesse, le Groupe M6 renforce ses positions sur le marché français de la diffusion linéaire TV. Il compte en outre poursuivre ses investissements dans les activités non-linéaires audio et vidéo. Une étape importante sera ainsi franchie en 2020 avec la plateforme SVOD **Salto**, rassemblant les groupes TF1, France Télévisions et M6.

Neuilly sur Seine, le 29 octobre 2019

*Prochaine publication : Information financière annuelle 2019 le 13 février 2020 après clôture de la bourse  
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

<sup>5</sup> La trésorerie nette ne tient pas compte des dettes locatives issues de l'application de la norme IFRS 16 – Contrats de location au 1<sup>er</sup> janvier 2019.