

RESULTATS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2022

Chiffre d'affaires consolidé : 1 356,9 M€ **(-2,4%)**

EBITA (hors aides publiques) : 334,4 M€ **(+2,4%)**

Marge opérationnelle (hors aides publiques) : 24,6% **(+1,1 point)**

Dans un contexte économique défavorable, le Groupe maintient ses performances. Celles-ci reflètent le succès du recentrage stratégique du Groupe sur son cœur d'activité et sa capacité à accroître les synergies entre ses différentes antennes tout en développant ses capacités internes de production.

en M€

	2022	2021	% var.	2019	% var.
Chiffre d'affaires consolidé¹	1 356,9	1 390,4	-2,4%	1 456,1	-6,8%
Revenus publicitaires Groupe	1 083,6	1 137,4	-4,7%	1 107,9	-2,2%
- dont revenus publicitaires TV	925,1	975,0	-5,1%	930,4	-0,6%
- dont autres revenus publicitaires	158,5	162,5	-2,4%	177,5	-10,7%
Revenus non publicitaires Groupe	273,3	252,9	+8,0%	348,2	-21,5%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé² hors aides publiques	334,4	326,7	+2,4%	284,4	+17,6%
Taux de marge opérationnelle courante	24,6%	23,5%	1,1pt	19,5%	4,0pt
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé²	336,2	346,7	-3,0%	284,4	+18,2%
Plus et moins values de cession d'actifs	-11,0	55,2	-120,0%	1,0	n.a
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-13,2	-11,3	-16,7%	-10,5	-25,5%
Résultat opérationnel (EBIT)	312,0	390,5	-20,1%	274,9	+13,5%
Résultat financier	-0,1	-1,4	n.a	-4,6	n.a
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	-70,7	-30,9	n.a	4,5	n.a
Impôts sur le résultat	-75,3	-77,4	+2,7%	-101,5	+25,8%
Résultat net des activités poursuivies	165,9	280,8	-40,9%	173,3	-4,2%
Résultat net des activités abandonnées	0,0	0,0	n.a	-1,4	n.a
Résultat net de la période	165,9	280,8	-40,9%	171,9	-3,5%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	161,5	280,9	-42,5%	171,9	-6,0%

En 2022, le Groupe M6 réalise un **chiffre d'affaires consolidé de 1 356,9 M€, en baisse de -2,4%** par rapport à 2021.

Le recul des recettes publicitaires (-4,7%), dans un contexte de dégradation de l'environnement économique, est en partie compensé par la hausse des revenus non-publicitaires (+8,0%).

Le résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé atteint 336,2 M€, contre 346,7 M€ en 2021 qui intégraient 20,0 M€ d'aides publiques (1,8 M€ en 2022).

Retraité de cet élément non récurrent, l'EBITA du Groupe M6 atteint son **plus haut niveau historique à 334,4 M€, contre 326,7 M€ en 2021 et 284,4 M€ en 2019**. Il inclut en outre -5,4 M€ de charges relatives au projet de fusion M6/TF1 (vs. -8,5 M€ en 2021).

La marge opérationnelle du Groupe s'établit ainsi à 24,6% (hors aides publiques) contre 23,5% en 2021 et 19,5% en 2019. Cette progression du taux de marge malgré une baisse du chiffre d'affaire consolidé reflète 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.

Le résultat opérationnel (EBIT) se monte à 312,0 M€ contre 390,5 M€ en 2021. En 2021, l'EBIT intégrait une plus-value de revalorisation de 52,4 M€ du fait de la prise de participation majoritaire dans Stéphane Plaza Immobilier.

Lancé le 20 octobre 2020, Salto rassemble à ce jour près d'un million d'abonnés mais a réalisé de nouveau en 2022 une perte opérationnelle significative de -72,3 M€ (soit -24,1 M€ en quote-part M6). Dans le contexte de l'échec du projet de fusion M6/TF1, les trois associés de Salto ont testé d'éventuels acquéreurs pour la plateforme, tout en évaluant le coût de la liquidation de la société qui s'élève à -66,0 M€ (soit -22,0 M€ en quote-part M6). Ainsi, l'impact total de Salto sur les comptes du Groupe atteint -46,1 M€ au 31 décembre 2022.

Par ailleurs, le Groupe a poursuivi ses investissements dans le streaming à travers la société Bedrock, dont la quote-part de résultat atteint -7,9 M€ en 2022.

Le résultat net de la période du Groupe M6 s'établit ainsi à 165,9 M€, contre 280,8 M€ en 2021.

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 ^{ème} trimestre					Total année				
	2022	2021	% var	2019	% var	2022	2021	% var	2019	% var	2022	2021	%	2019	% var
TV	746,0	745,1	+0,1%	695,2	+7,3%	323,8	346,6	-6,6%	318,4	+1,7%	1 069,7	1 091,8	-2,0%	1 013,6	+5,5%
Radio	109,1	106,3	+2,6%	118,5	-7,9%	48,5	50,8	-4,6%	52,5	-7,6%	157,6	157,1	+0,3%	171,0	-7,8%
Production & Droits audiovisuels	42,5	42,5	+0,1%	52,1	-18,4%	13,6	18,1	-24,8%	23,0	-40,7%	56,2	60,6	-7,4%	75,1	-25,2%
Autres diversifications	55,9	58,3	-4,2%	143,1	-61,0%	16,5	21,6	-23,7%	53,0	-68,9%	72,3	79,9	-9,5%	196,1	-63,1%
Autres CA	0,8	0,7	+4,7%	0,2	n.a	0,3	0,3	+13,0%	0,1	n.a	1,1	1,0	+7,1%	0,3	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	954,2	953,0	+0,1%	1 009,1	-5,4%	402,6	437,4	-7,9%	446,9	-9,9%	1 356,9	1 390,4	-2,4%	1 456,1	-6,8%
TV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	265,0	286,2	-7,4%	223,6	+18,5%
Radio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34,1	35,8	-4,6%	30,1	+13,4%
Production & Droits audiovisuels	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13,4	16,4	-18,6%	14,8	-9,7%
Autres diversifications	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,2	11,1	+90,4%	25,3	-16,2%
Eliminations et résultats non affectés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,5	-2,9	+187,5%	-9,4	+126,7%
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	216,9	223,5	-2,9%	182,4	+18,9%	119,3	123,2	-3,1%	102,0	+17,1%	336,2	346,7	-3,0%	284,4	+18,2%

*

* *

Télévision

En 2022, la Télévision est restée le média le plus puissant, rassemblant en moyenne chaque jour **43,3 M de téléspectateurs**³. La durée d'écoute individuelle s'élève à **3 heures et 24 minutes** auprès des 4 ans et plus, en baisse par rapport à 2021 (3h39) mais à un niveau comparable à celui de 2019, année de référence (3h30).

Dans ce contexte, le Groupe M6 a poursuivi sa stratégie de **plateformisation de son offre globale**. La puissance de ses contenus s'est exprimée sur tous les supports en 2022 :

- **une offre TV linéaire puissante**, avec 23 M de Français présents chaque jour sur les chaînes du Groupe et une part d'audience moyenne de 22,3% auprès des FRDA-50 sur l'ensemble de la journée.
Sur le créneau stratégique de la soirée (21h10-23h), qui représente avec la tranche 20h-21h près de 60% de l'activité publicitaire, les chaînes en clair (**M6, W9, 6ter et Gulli**) ont atteint leur record historique auprès des FRDA-50, avec 27% de part d'audience.

- **une offre AVOD incontournable** avec **6play**, dont la couverture continue de progresser avec 17 M d'utilisateurs par mois sur la plateforme en 2022. Le Groupe a poursuivi l'enrichissement de son offre de programmes, avec des contenus exclusifs qui représentent désormais 16% de la consommation de 6play (+6 points en un an) et dont les heures visionnées ont progressé de +38% en 2022.

- **une influence sur les réseaux sociaux** toujours plus importante, avec 5 milliards de vidéos vues en 2022 sur toutes les plateformes pour 56 000 publications destinées à faire la promotion des marques du Groupe M6.

Face à un effet de base défavorable, marqué par la reprise soutenue post-covid de la consommation des ménages, le marché publicitaire TV a été pénalisé en 2022 par la dégradation de l'environnement économique. Celle-ci a pesé sur les investissements publicitaires de plusieurs secteurs, qui ont notamment subi l'inflation des prix des matières premières. Enfin l'activité publicitaire TV du Groupe a subi la diffusion de la Coupe du monde de football sur TF1 au dernier trimestre, qui a fortement pesé sur les

investissements publicitaires des annonceurs sur les chaînes concurrentes.

Dans ce contexte, **les recettes publicitaires du pôle TV s'inscrivent en baisse de -5,1%** en un an, dont -9,9% au 4^{ème} trimestre.

Le coût de grille TV recule de -4,1% pour atteindre 495,4 M€, contre 516,6 M€ en 2021 et 501,3 M€ en 2019. Face au ralentissement du marché publicitaire TV, le réinvestissement nécessaire des coûts de l'Euro dans les contenus linéaires et non-linéaires a été maîtrisé.

Hors aides publiques (1,8 M€ en 2022 vs. 15,7 M€ en 2021), **l'EBITA du pôle TV atteint ainsi 263,2 M€**, contre 270,5 M€ en 2021.

La marge opérationnelle courante du cœur de métier du Groupe s'établit à 24,6% hors aides publiques (contre 24,9% en 2021 et 22,1% en 2019).

Radio

En 2022, le média radio a conservé sa puissance, rassemblant chaque jour **près de 40 millions d'auditeurs**, pour une durée d'écoute quotidienne par auditeur toujours significative de **2h37⁴**.

Au cours de l'exercice, le pôle Radio a consolidé son statut de **1^{er} groupe radio privé de France** sur l'écoute linéaire, avec une part d'audience de 18,4% sur les auditeurs âgés de 13 ans et plus (+0,2 point).

RTL, 1^{ère} radio privée de France, voit sa part d'audience progresser de +0,3 point et atteindre 12,8%.

La part d'audience de **RTL2** atteint 3,1% (+0,1 point), soit son meilleur score historique, et celle de **Fun Radio** 2,5% (-0,3 point).

L'année 2022 a en outre été marquée par la poursuite des investissements du Groupe dans la production de podcasts. Le pôle Radio se positionne ainsi comme le **1^{er} groupe privé français** sur ce marché, avec 32,6 M d'écoutes mensuelles, en croissance de +10% sur un an⁵.

En 2022, **le chiffre d'affaires du pôle Radio du Groupe est stable, à 157,6 M€ (+0,3%)**, dans un marché publicitaire stable.

L'EBITA atteint 34,1 M€, contre 32,4 M€ en 2021 (hors aides publiques de 3,4 M€). Cette croissance reflète la maîtrise des coûts de l'activité Radio et les synergies développées avec les antennes TV. Pour rappel, l'EBITA était de 15,5 M€ en 2017, année de l'acquisition du pôle Radio auprès de RTL Group.

La marge opérationnelle courante du pôle Radio progresse et s'établit à 21,7%, contre 20,6% en 2021 (hors aides publiques), 17,6% en 2019 et 9,4% en 2017. Le taux de marge a donc plus que doublé en 5 ans.

Production et droits audiovisuels

Le chiffre d'affaires du pôle Production et Droits audiovisuels s'élève à 56,2 M€ en 2022, en baisse de -7,4% sur un an en raison essentiellement du recul de **l'activité Vidéo** de **SND**. Cette évolution s'explique par un effet de base défavorable sur le 4^{ème} trimestre. Fin 2021, la sortie en vidéo de *Kaamelott : Premier volet* avait en effet connu un grand succès sans équivalent au 4^{ème} trimestre 2022.

L'activité Cinéma de **SND** atteint, elle, un niveau d'entrées en salles stable par rapport à 2021, à 6,2 M⁶, grâce notamment aux succès des films d'animation *Vaillante* (1,4 M) et *Samourai Academy* (1,0 M).

L'EBITA du pôle s'établit à 13,4 M€, contre 16,4 M€ en 2021. Cette baisse s'explique par un nombre de sorties en salles plus élevé qu'en 2021 (12 films vs. 8 en 2021), qui entraîne une hausse des coûts associés (amortissements, marketing...).

Diversifications

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 72,3 M€, contre 79,9 M€ en 2021.

L'année 2022 a été marquée par la consolidation de Stéphane Plaza Immobilier (25,1 M€), à partir du 1^{er} janvier, qui a compensé en partie le reclassement de M6 Créations dans le pôle Télévision (22,9 M€ en 2021) et le recul de l'activité de Best of TV, cédé le 30 novembre 2022.

L'EBITA des Diversifications atteint 21,2 M€, contre 11,1 M€ en 2021, et bénéficie de l'efficacité opérationnelle de Stéphane Plaza Immobilier, dont le modèle repose sur un réseau d'agences franchisées.

*
* *

Situation financière

Au 31 décembre 2022, **les capitaux propres du Groupe atteignent 1 204,1 M€**, contre 1 156,4 M€ au 31 décembre 2021.

Le Groupe dispose d'une solide position de trésorerie, avec **un excédent financier net de 282,0 M€⁷**, contre 248,4 M€ au 31 décembre 2021. Cette croissance reflète la génération de trésorerie de l'activité opérationnelle du Groupe.

Dividende

Dans ce contexte, le Directoire proposera à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 25 avril 2023, de distribuer un dividende inchangé de 1,00 € par action dont le détachement interviendra le 3 mai et le paiement 5 mai 2023.

Gouvernance

- Composition du Directoire

Le Conseil de Surveillance a renouvelé la composition du collège du Directoire pour une durée de 3 ans et qui restera composé de 5 membres, dont Nicolas de Tavernost, Président, Karine Blouët, Guillaume Charles, Henri de Fontaines, et David Larramendy. Un communiqué spécifique a été diffusé à ce sujet.

- Composition du Conseil de Surveillance

Mouna Sepehri et Jennifer Mullin ayant démissionné de leurs mandats, le Conseil de Surveillance du Groupe M6, lors de sa réunion du 13 février 2023, a coopté pour les remplacer jusqu'au terme de leurs mandats :

- La société CMA CGM, représentée par Rodolphe Saadé, en qualité de membre indépendant et dont le mandat arrivera à échéance en 2024 ;
- Ingrid Heisserer, CFO de RTL Deutschland, dont le mandat arrivera à échéance à l'occasion de la prochaine Assemblée Générale.

Il sera alors proposé aux actionnaires lors de la réunion du 25 avril 2023 de ratifier leurs cooptations et de renouveler le mandat d'Ingrid Heisserer.

Par ailleurs, il sera également proposé de renouveler le mandat de Siska Ghesquiere (*General Counsel and Head of M&A* de RTL Group).

Le Conseil de Surveillance a tenu à remercier chaleureusement Mouna Sepehri et Jennifer Mullin pour la qualité de leur travail et leur soutien permanent au développement du Groupe.

Engagement RSE

Le Groupe M6 s'est appuyé sur la consultation de l'ensemble de ses parties prenantes pour définir ses engagements RSE prioritaires.

Ce nouveau plan d'action se structure selon 2 axes forts : le Groupe M6 en tant que média mais également en tant qu'entreprise. Il se déploiera autour de 6 feuilles de route : empreinte carbone,

écoproduction, sobriété numérique, antigaspi, égalité des chances et pédagogie aux médias.

Parmi les différentes actions mises en œuvre en 2022, ont été réalisés le premier bilan carbone sur l'ensemble des scopes à l'échelle du Groupe et le développement à grande échelle d'ateliers de sensibilisation – fresque du climat – afin de permettre aux collaborateurs de mieux comprendre les liens de cause à effet du changement climatique.

Le Groupe M6 a également rejoint le conseil d'administration de l'association Ecoproduction qui contribue à fournir au secteur audiovisuel les outils pour amorcer les transformations environnementales nécessaires et former les collaborateurs des entités de production à l'écoproduction.

Ce cadre d'actions commun à toutes les entités du Groupe M6, permettra de renforcer les engagements tant sur le plan environnemental, social que sociétal et fédérer les collaborateurs autour de synergies qui permettront de répondre pleinement aux enjeux RSE de demain du secteur des médias.

Perspectives

Le 23 janvier dernier, le Groupe M6 a déposé auprès de l'ARCOM son dossier de candidature pour le renouvellement de l'autorisation d'émettre de la chaîne M6 sur la TNT pour une durée de 10 ans à compter du 6 mai 2023. La réponse de l'institution est attendue dans les prochaines semaines.

Par ailleurs, depuis l'abandon du projet de fusion entre les groupes M6 et TF1, le Groupe finalise un projet stratégique, principalement axé sur la poursuite et l'accélération de ses projets en matière de streaming (AVOD).

Neuilly sur Seine, le 13 février 2023

La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 13 février 2023 à partir de 18h30 sur le site : www.groupem6.fr.

Tous les détails de connexion seront disponibles sur le site www.groupem6.fr/Finance

Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés annuels seront mis en ligne à compter de 18h00, 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^{er} trimestre 2023 : le 25 avril 2023 avant ouverture 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 résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.

³ Données audiences TV => Source : Médiamétrie

⁴ Données audiences Radio => Source : Médiamétrie

⁵ En décembre

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.