

## **Résultats du 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2024 :**

**Chiffre d'affaires publicitaire TV : 220,1 M€ (+2,9%)**

**Chiffre d'affaires consolidé : 322,3 M€ (+4,3% hors effet de périmètre<sup>1</sup>)**

**Résultat opérationnel courant consolidé : 57,9 M€**

## **Gouvernance :**

### **Nomination de David LARRAMENDY à la Présidence du Directoire**

en M€	1 <sup>er</sup> trimestre		
	2024	2023	% var.
<b>Chiffre d'affaires consolidé<sup>2</sup></b>	<b>322,3</b>	<b>312,9</b>	<b>+3,0%</b>
Revenus publicitaires Groupe	252,1	247,1	+2,0%
- dont revenus publicitaires TV	220,1	214,0	+2,9%
- dont autres revenus publicitaires	31,9	33,1	-3,6%
Revenus non publicitaires Groupe	70,2	65,8	+6,7%
<b>Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé<sup>3</sup></b>	<b>57,9</b>	<b>59,5</b>	<b>-2,6%</b>
Taux de marge opérationnelle courante	18,0%	19,0%	-1,0pt

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2024, le Groupe M6 réalise un **chiffre d'affaires consolidé<sup>2</sup> de 322,3 M€**, en hausse de +4,3% à périmètre constant.

**Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en hausse de +2,0% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2023**, du fait de la hausse du chiffre d'affaires publicitaire TV qui atteint 220,1 M€ (+2,9%).

Les revenus non publicitaires sont en hausse de +6,7%, principalement portés par le dynamisme de l'activité cinéma sur le 1<sup>er</sup> trimestre.

Le **résultat opérationnel courant du Groupe (EBITA)<sup>3</sup> atteint 57,9 M€** (en recul de -2,6%) du fait d'une hausse des investissements prévus dans le cadre du plan streaming. Le Groupe affiche ainsi une **marge opérationnelle de 18,0%**.

<sup>1</sup> Hors déconsolidation de Ctzar cédée le 1<sup>er</sup> juillet 2023 et du pôle médias et services thématiques de M6 Digital Services cédé le 30 septembre 2023.

<sup>2</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.

<sup>3</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 résultats de cession d'actifs financiers et de filiales.

## Télévision

en M€	1 <sup>er</sup> trimestre		
	2024	2023	%
Chiffre d'affaires consolidé	254,5	249,8	1,9%
Dont recettes publicitaires	220,1	214,0	2,9%

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2024, la durée d'écoute individuelle s'élève à 3 heures et 6 minutes<sup>4</sup> sur l'ensemble du public. Sur la même période, **les chaînes en clair du Groupe M6** (M6, W9, 6ter et Gulli), réalisent une part d'audience de 20,6% sur la cible commerciale prioritaire des 25-49 ans (-0,4 point).

La chaîne M6 rencontre toujours de belles parts d'audiences sur les 25-49 pour ses marques historiques comme *Top Chef* (29%), *Pékin Express* (29%), *Mariés au premier regard* (22%) et réalise sur le trimestre un lancement réussi pour le programme culte *le Juste Prix* (19% de part d'audience sur les 25-49 ans).

Sur la TNT, W9 et Gulli réalisent un très bon début d'année : W9 confirme son rang de 2<sup>ème</sup> chaîne TNT chez les moins de 50 ans tandis que Gulli reste la chaîne référente chez les enfants.

6play, **plateforme la plus jeune du marché**, enregistre un record historique en ce début d'année 2024 avec 23,1 M d'utilisateurs mensuels uniques en mars (+25% par rapport à mars 2023). Ainsi, l'activité Vidéo non linéaire (streaming) représente 156,9 millions<sup>5</sup> d'heures consommées soit 6,5% de l'ensemble des heures consommées sur les antennes du groupe.

Porté par la reprise du marché publicitaire TV, **le chiffre d'affaires publicitaire TV s'élève à 220,1 M€ au 31 mars 2024**, soit une hausse de **+2,9%** par rapport au 31 mars 2023. Le chiffre d'affaires streaming<sup>6</sup> représente 7,7% du chiffre d'affaires total du pôle TV au 31 mars 2024.

## Radio

Le pôle RTL radio, affiche une part d'audience de 16,6%<sup>7</sup> auprès des auditeurs âgés de 13 ans et plus et rassemble près de 9 millions d'auditeurs chaque jour. Il maintient ainsi sa position de **leader des groupes privés**.

Au 31 mars 2024, le **chiffre d'affaires publicitaire radio est en hausse de +0,9%** par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2023. Le chiffre d'affaires du pôle Radio est en baisse de -1,4% par rapport à l'an passé du fait d'une base de comparaison très élevée sur le 1<sup>er</sup> trimestre relatif à un produit exceptionnel, et s'élève ainsi à 33,9 M€.

## Production et droits audiovisuels

**Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels est en hausse de +8,3 M€** par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2023 **et s'élève ainsi à 27,0 M€**. L'activité est portée ce trimestre par le dynamisme du cinéma avec **un nombre d'entrées en salle s'élevant à 5 M** sur le trimestre contre 1,2 M au 1<sup>er</sup> trimestre 2023. Deux films enregistrent plus d'un million d'entrées : *Cocorico* (1,9 M d'entrées) et *Une vie* (1,4 M) tandis que d'autres films comme *Un coup de dés* (0,5 M) et *Boléro* (0,3 M) réalisent aussi de belles performances.

## Diversifications

**Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 6,6 M€ au 31 mars 2024**, en baisse de -3,1 M€, dont -2,4 M€ relatifs à la déconsolidation du pôle médias et services thématiques de M6 Digital Services, cédée le 30 septembre 2023. Le reste de la variation est principalement lié au ralentissement du marché immobilier qui impacte les activités de Stéphane Plaza Immobilier.

<sup>4</sup> Médiamétrie Mediamat - base France entière, toutes localisations (changement de mesure au 1<sup>er</sup> janvier 2024)

<sup>5</sup> Médiamétrie – mesure TV 4 écrans (chaînes) - n'incluant pas la consommation des programmes exclusifs 6play

<sup>6</sup> Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires digital (avod) et des revenus d'abonnements liés à la svod (6playMax et GulliMax)

<sup>7</sup> Médiamétrie EAR > National, Jan-Mar 24 LàV, 5h-24h

\*  
\* \*

## Situation financière

Au 31 mars 2024, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 347,4 M€, contre 1 305,1 M€ au 31 décembre 2023.

La trésorerie nette est en hausse de +38,9 M€ et s'élève à +355,6 M€<sup>8</sup> contre +316,7 M€ au 31 mars 2023 (contre 320,8 M€ au 31 décembre 2023).

## Dividende

L'Assemblée Générale Mixte qui a été convoquée ce jour a approuvé le versement d'un dividende par action de 1,25€ au titre de l'exercice 2023, offrant ainsi un rendement de 9,7%, calculé sur le dernier cours de bourse de l'année 2023. Le détachement interviendra le 30 avril et le paiement 3 mai 2024.

## Perspectives

Le 2<sup>nd</sup> trimestre 2024 sera marqué par la diffusion de l'Euro 2024, dont le Groupe, en tant que diffuseur officiel, proposera la moitié des 25 meilleures affiches en exclusivité, en clair et en direct dont la finale, une demi-finale et 2 quarts de finale (dont le match de l'Equipe de France si elle se qualifie).

## Engagement RSE

Le Groupe M6 en tant que producteur et diffuseur de contenus, s'attache depuis plusieurs années à sensibiliser le grand public aux enjeux du développement durable. Il est le 1<sup>er</sup> Groupe audiovisuel à proposer un dispositif éditorial exceptionnel dédié à l'environnement, « la semaine green », reconduit cette année pour la 5<sup>ème</sup> édition. Suivie par 30,1 millions de Français<sup>9</sup>, cette initiative vise à sensibiliser, mobiliser et proposer des solutions tangibles aux téléspectateurs pour lesquels les préoccupations environnementales sont devenues une réalité palpable. Les 25-34 ans y ont été particulièrement sensibles autour de programmes tels qu'Enquête Exclusive – « Indonésie : le saccage du poumon de la planète » (34% de part d'audience sur les 25-34 ans) ou Capital – « Des solutions pour la Planète » (29%).

## Comité éthique

Conformément à la loi n°2016-1524 du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision, dans sa séance du 23 avril 2024, a nommé Sylvie Clément-Cuzin et François Hurard au sein du Comité éthique présidé par Louis de Broissia pour une durée de 3 ans. Le Comité éthique sera ainsi composé de Louis de Broissia, Nicole Tricart, Patrice Duhamel, Sylvie Clément-Cuzin et François Hurard.

\*  
\* \*

## Gouvernance

### • Conseil de Surveillance

L'Assemblée Générale Mixte convoquée ce jour a approuvé le renouvellement pour quatre années des mandats d'Elmar Heggen et CMA-CGM Participations représentée par Véronique Albertini-Saadé ainsi que la nomination pour quatre ans de RTL Group Vermögensverwaltung GmbH, représentée par Philippe Delusinne.

<sup>8</sup> La trésorerie nette ne tient pas compte des dettes locatives issues de l'application de la norme IFRS 16 - *Contrats de location* et exclut désormais les prêts et emprunts aux associés. Les périodes précédentes ont été retraitées pour offrir une base de comparaison similaire.

<sup>9</sup> Mediamat Médiamétrie - Couverture (10 secondes consécutives) des émissions sur les chaînes gratuites ayant participé au dispositif (M6 + W9 + 6ter + Gulli)

Le Conseil de Surveillance se compose ainsi de neuf membres dont trois membres indépendants et 50% de femmes<sup>10</sup> en respect des dispositions prévues par l'article L. 225-69-1 du Code de commerce :

- Elmar Heggen, Président du Conseil,
- Marie Cheval, membre indépendant, Vice-Présidente du Conseil et Présidente du Comité des Nominations et Rémunérations,
- Nicolas Houzé, membre indépendant, Président du Comité d'audit
- CMA-CGM Participations, représentée par Véronique Albertini-Saadé, membre indépendant,
- Björn Bauer,
- Siska Ghesquiere,
- Ingrid Heisserer,
- RTL Group Vermögensverwaltung GmbH, représentée par Philippe Delusinne
- Sophie de Bourgues, membre représentant les salariés, Présidente du Comité RSE

#### • **Directoire**

Le Conseil de Surveillance qui s'est réuni ce jour a pris acte de la démission de Nicolas de Tavernost, fondateur du Groupe M6, de son mandat de Président du Directoire du Groupe M6, après 37 années durant lesquelles il a mené le Groupe à un développement exceptionnel.

Sur recommandation du Comité des Nominations, convaincu que la culture exigeante et dynamique du Groupe est un atout essentiel pour poursuivre son développement, il a nommé David Larramendy comme successeur de Nicolas de Tavernost à la Présidence du Directoire à compter de ce jour.

De plus, le Conseil de Surveillance a nommé sur recommandation du Comité des Nominations, Hortense Thomine-Desmazures comme membre du Directoire à compter de ce jour.

Le Directoire se compose ainsi de cinq membres :

- David Larramendy, Président du Directoire,
- Karine Blouët, membre du Directoire en charge des Affaires Publiques,
- Guillaume Charles, membre du Directoire en charge des Antennes et des Contenus,
- Henri de Fontaines, membre du Directoire en charge de la Stratégie, du Streaming et de la Distribution,
- Hortense Thomine-Desmazures, membre du Directoire en charge des Activités Commerciales.

*David Larramendy est diplômé de Supélec et du MBA de la Wharton School de l'Université de Pennsylvanie. Il a démarré sa carrière chez Ernst & Young avant de rejoindre Mistergooddeal au moment de sa création en 2000. Il a ensuite travaillé dans les bureaux londoniens de Goldman Sachs avant de rejoindre le Groupe M6 en 2008 comme Directeur du Commerce du pôle Ventadis, qui regroupait le Télé-achat et Mistergooddeal et dont il est devenu Directeur Général en 2010. Nommé Directeur Général de M6 Publicité et Directeur Général de M6 Interactions en décembre 2014, David Larramendy devient membre du Directoire en février 2015.*

*Hortense Thomine-Desmazures est diplômée de l'Université Paris-Dauphine et de Sciences Po Paris. Elle rejoint le Groupe M6 en 2006 après une expérience en agence de publicité. Nommée Directrice adjointe en charge du trading en 2011 puis Directrice déléguée de M6 Digital en 2015, elle devient Directrice Générale Adjointe en charge du digital, de l'innovation et du marketing en juin 2022 et intègre le Comité Exécutif du Groupe M6.*

Neuilly sur Seine, le 23 avril 2024

**Prochaine publication : Information du 1er semestre 2024 : le 23 juillet 2024 après clôture de la Bourse.**

*M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.*

*Code MMT, code ISIN : FR0000053*

<sup>10</sup> Hors le membre du Conseil représentant les salariés