

RÉSULTATS DU 1^{er} SEMESTRE 2024

Chiffre d'affaires publicitaire TV : 458,5 M€ (+7,2%)

Chiffre d'affaires consolidé : 656,9 M€ (+7,1% hors effet de périmètre¹)

EBITA consolidé : 120,1 M€

Le Groupe M6 déploie sa stratégie de transformation centrée sur le développement de ses activités de streaming et la puissance de ses marques et contenus linéaires. Le second trimestre a notamment été marqué par le succès du lancement de sa nouvelle plateforme de streaming M6+ et de la diffusion des matchs de l'Euro 2024 de football.

- Au 1^{er} semestre de l'exercice 2024, le Groupe M6 enregistre un **chiffre d'affaires consolidé de 656,9 M€**, en hausse de **+7,1%** à périmètre constant.
- Le **chiffre d'affaires publicitaire du Groupe affiche une hausse de +4,9% par rapport au 1^{er} semestre 2023**, porté par le rebond du marché publicitaire TV et la diffusion d'évènements sportifs fédérateurs, principalement l'Euro 2024 de football. Le chiffre d'affaires publicitaire TV s'inscrit ainsi en hausse de **+7,2%**, atteignant 458,5 M€.
- **M6+ a été lancé avec succès au mois de mai 2024**. Son taux de notoriété atteint déjà **88%** et le nombre d'heures vues depuis son lancement est en hausse de **60%** par rapport à 2023. Sur le semestre, le chiffre d'affaires streaming s'affiche à **44,3 M€**, en croissance de **39%** par rapport à 2023. Il représente **8,4%** du chiffre d'affaires TV total, **+2** points sur un an.
- **Les recettes non publicitaires sont en hausse de +8,9%**, principalement portées par le dynamisme de l'activité cinéma au cours du semestre.

Le Groupe affiche un **résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé de 120,1 M€** (-11,1%), **soit une marge opérationnelle de 18,3%**, impactée par l'augmentation des coûts de programmes (Euro) et les investissements dans le streaming, notamment les coûts liés au lancement de M6+.

La part dans les sociétés mises en équivalence s'élève à -6,1 M€, en raison de la poursuite des investissements en technologie de streaming dans Bedrock et d'un alourdissement du coût de la dette de GSG qui absorbe l'amélioration de sa marge opérationnelle (12% contre 8,8% en 2023).

Le résultat net attribuable au Groupe s'établit quant à lui à **85,1 M€**.

en M€	1 ^{er} semestre		
	2024	2023	% var.
Chiffre d'affaires consolidé²	656,9	621,9	+5,6%
Revenus publicitaires Groupe	528,8	504,3	+4,9%
- dont revenus publicitaires TV	458,5	427,8	+7,2%
- dont autres revenus publicitaires	70,3	76,5	-8,2%
Revenus non publicitaires Groupe	128,1	117,6	+8,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé³	120,1	135,0	-11,1%
Taux de marge opérationnelle courante	18,3%	21,7%	-3,4pt
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-4,9	-4,9	+0,2%
Plus-value sur cessions de participations	0,0	4,7	n.a
Résultat opérationnel (EBIT)	115,1	134,7	-14,6%
Résultat financier	9,8	4,5	n.a
Part dans les sociétés mises en équivalence	-6,1	4,3	n.a
Impôts différés et exigibles	-33,5	-37,0	-9,5%
Résultat net de la période	85,3	106,5	-19,9%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	85,1	104,6	-18,7%

*

* *

d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est la suivante :

en M €	1 ^{er} trimestre			2 ^{ème} trimestre			1 ^{er} semestre		
	2024	2023	%	2024	2023	%	2024	2023	%
TV	254,5	249,8	+1,9%	270,8	246,3	9,9%	525,3	496,1	+5,9%
Radio	33,9	34,4	-1,4%	40,7	43,9	-7,2%	74,7	78,3	-4,6%
Production & Droits audiovisuels	27,0	18,7	+44,3%	13,3	8,6	54,8%	40,3	27,3	+47,6%
Diversifications	6,6	9,8	-31,9%	9,6	10,0	-4,0%	16,2	19,7	-17,8%
Autres CA	0,2	0,2	n.a	0,2	0,2	n.a	0,4	0,5	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	322,3	312,9	+3,0%	334,6	309,0	8,3%	656,9	621,9	+5,6%
TV							86,5	99,0	-12,7%
Radio							15,0	18,5	-18,9%
Production & Droits audiovisuels							16,8	10,3	+62,8%
Diversifications							3,2	9,9	-67,4%
Résultats non affectés							-1,5	-2,8	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	57,9	59,5	-2,6%	62,2	75,5	-17,7%	120,1	135,0	-11,1%
Marge opérationnelle	18,0%	19,0%		18,6%	24,4%		18,3%	21,7%	

Télévision

Diffusion linéaire

Au 1^{er} semestre 2024, les chaînes en clair du Groupe (M6, W9, 6ter et Gulli) réalisent une part d'audience de 20,5%⁴ sur la cible commerciale des 25-49 ans (contre 20,6% au 1^{er} semestre 2023), dans un environnement toujours plus concurrentiel.

Sur M6, les divertissements sont toujours puissants et rassembleurs (meilleure saison historique de *Pékin Express*, les marques *Top Chef*, *Mariés au premier regard* et *Qui veut être mon associé* ont été leaders sur la cible commerciale), l'offre de cinéma et de fictions françaises inédites ont renforcé les soirées, tout comme le renouvellement des magazines.

En juin, l'Euro 2024 a rassemblé tous les publics et ce sont 47 millions de Français qui ont partagé ces temps forts sur M6, avec 12,7 millions pour le quart de finale France-Portugal, meilleure audience de la chaîne en 2024 et meilleure audience de la chaîne depuis trois ans.

W9 réalise son meilleur semestre depuis 4 ans sur la cible commerciale, grâce au renouvellement réussi de son avant-soirée (*The Power*, *Les Apprentis Champions*) et des soirées puissantes tant avec les matchs de l'Europa League qu'avec une offre large de cinéma et de magazines.

6ter reste la première chaîne TNT HD avec 2,3% de part d'audience sur la cible des 25-49, et Gulli maintient sa place de chaîne de référence pour les enfants tout en affichant une belle progression en soirée auprès des adultes (+0,4 point par rapport au S1 2023 sur la cible commerciale).

Enfin Paris Première rassemble 12,7 millions de téléspectateurs par mois et est en progression de +0,1 point, atteignant 0,8% de PDA 4+, son nouveau record historique. Téva, la chaîne féminine du groupe, atteint 0,6% sur la cible des FRDA -50.

Diffusion non-linéaire

Le Groupe M6 enregistre enfin **un semestre record pour son activité de streaming, tiré par l'excellent lancement de M6+**, virage stratégique qui confirme la pertinence d'une amplification de la diffusion non linéaire de ses contenus. En effet, plus du tiers de la consommation des grands flux linéaires récurrents se fait désormais en digital auprès du public, démontrant la demande croissante pour un visionnage à tout instant. A cet égard et pour renforcer son attractivité, M6+ a renforcé son offre avec de nouveaux contenus exclusifs. La plateforme se distingue toujours comme étant la **plus jeune du marché**, 9 ans plus jeune que la moyenne de ses concurrentes.

	1 ^{er} semestre		
	2024	2023	% var.
Utilisateurs mensuels (M ⁶)	21,3	16,1	+33%
MHV streaming ⁶ (millions d'heures vues)	322	262	+23%
% MHV total	6,5%	5,5%	+1pt
CA Streaming ⁷ (M€)	44,3	31,8	+39%
% CA TV	8,4%	6,4%	+2pt

Performance globale

La forte croissance de la consommation non-linéaire se traduit ainsi par une hausse de +39% du chiffre d'affaires streaming au 1^{er} semestre 2024.

Au global et porté par la bonne tenue du marché de la publicité TV et la diffusion de l'Euro de football en juin, les recettes publicitaires du pôle TV ressortent en hausse de +7,2% par rapport au 1^{er} semestre 2023.

Le coût des contenus du pôle TV est en hausse de +22,2 M€ et atteint 264,2 M€ au 30 juin 2024 contre 242,0 M€ au 30 juin 2023, du fait de la diffusion de l'Euro et de la hausse des investissements dans le streaming.

L'activité TV contribue ainsi pour **86,5 M€ à l'EBITA consolidé**, et la marge opérationnelle courante du segment s'élève à 16,5% en recul de 3,5 points en raison de la hausse de 19,2 M€ des OPEX dans le streaming.

Radio

Au 1^{er} semestre 2024, le pôle Radio RTL affiche une part d'audience de 16,5%⁷ auprès des auditeurs âgés de 13 ans et plus et maintient ainsi sa position de leader des groupes privés, réunissant plus de 8,8 millions d'auditeurs chaque jour.

Sur les six premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de la Radio s'élève à 74,7 M€, en recul de -4,6% par rapport au S1 2023 dont -3,4% sur le chiffre d'affaires publicitaire.

L'EBITA atteint 15,0 M€, contre 18,5 M€ au 1^{er} semestre 2023, affichant ainsi une marge opérationnelle de 20,1%, contre 23,7% au S1 2023, impactée par une hausse des investissements dans les programmes et des coûts de diffusion.

Production & Droits audiovisuels

Le chiffre d'affaires de l'activité Production & Droits audiovisuels s'élève à 40,3 M€, en hausse de +47,6% sur le semestre, porté par le dynamisme de l'activité cinéma sur la période et de beaux succès en salle.

Le nombre d'entrées en salles pour les films distribués par SND atteint 5,4 M au 1^{er} semestre 2024 (contre 1,5 M au 1^{er} semestre 2023), principalement tirée par le succès des films *Cocorico* (2 millions d'entrées) et *Une vie* (1,6 million), sans équivalent en 2023. Enfin M6 Films se réjouit de son investissement en coproduction du film *Un petit truc en plus*, qui vient de dépasser 9 millions d'entrées en salles.

L'EBITA du pôle s'établit à 16,8 M€, contre 10,3 M€ au 1^{er} semestre 2023.

Diversifications

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint 16,2 M€, en baisse de -3,5 M€ en raison de la déconsolidation du pôle médias et services de M6 Digital Services, cédée le 30 septembre 2023. Hors effet de périmètre, le chiffre d'affaires est en hausse de +1,9 M €, porté par la tournée de la comédie musicale Molière.

En revanche, l'EBITA des Diversifications s'élève à 3,2 M€, contre 9,9 M€ au 1^{er} semestre 2023, affichant un recul de -5,6 M€ hors effet de périmètre, principalement en raison de la crise du marché immobilier en France qui impacte directement la performance de Stéphane Plaza France.

*

* *

Situation financière

Au 30 juin 2024, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 236,0 M€, contre 1 305,1 M€ au 31 décembre 2023.

La situation de trésorerie nette est positive et s'élève à +173,4 M€⁸, contre +180,2 M€ au 30 juin 2023, en raison de la hausse du dividende et des investissements réalisés dans le streaming et les droits sportifs.

Engagement RSE

Le 3 juillet 2024, la fondation du Groupe M6 a reçu le trophée Or du prix « Talents ! » dans la catégorie Diversité et inclusion pour la journée de découverte de l'entreprise, outil d'innovation sociale visant à rapprocher les représentations réciproques de l'univers carcéral et de l'entreprise.

Par ailleurs, le Groupe a lancé en décembre 2023 la formation « Comprendre et couvrir les sujets climat et environnement ». Cette formation a été suivie par 46 journalistes au 30 juin 2024.

Perspectives

Dans un environnement macro-économique incertain, le second semestre 2024 sera marqué par la poursuite des investissements opérationnels dans M6+ et le retour des grandes marques de contenus du Groupe sur nos antennes et sur M6+ dès la fin du mois d'août. Par ailleurs, le Groupe M6 se réjouit que RTL Allemagne ait annoncé son intention d'utiliser la plateforme Bedrock pour opérer son streaming, projet qui donnera encore plus de moyens à Bedrock et assurera sa rentabilité à partir de 2026.

Neuilly-sur-Seine, le 23 juillet 2024

*Prochaine publication : Information du 3^{ème} trimestre 2024 : le 23 octobre 2024 après la clôture de la Bourse.
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A.
Code MMT, code ISIN : FR0000053*

[1] Hors déconsolidation de Ctzar cédée le 1^{er} juillet 2023 et du pôle médias et services thématiques de M6 Digital Services cédé le 30 septembre 2023.

[2] 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.

[3] 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.

[4] Médiamétrie Mediamat - base France entière, toutes localisations (changement de mesure au 1er janvier 2024)

[5] Médiamétrie - 4 Ecrans en 2023 / Médiamétrie – Mediamat en 2024 – Total d'heures consommées en catch-up sur le périmètre des chaînes du groupe mesurées par Médiamétrie (y.c. chaînes payantes)

[6] Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires digital (AVOD) et des revenus d'abonnements liés à la SVOD (6playMax/M6+ Max et GulliMax)

[7] Médiamétrie EAR > National, Janvier-Juin 24 LàV, 5h-24h

[8] 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.

RELATIONS INVESTISSEURS Myriam Pinot 01 41 92 57 73 - myriam.pinot@m6.fr
RELATIONS PRESSE Paul Mennesson 06 79 07 60 45 - paul.mennesson@m6.fr

