

RÉSULTATS CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 2024

En 2024, le Groupe M6 a de nouveau démontré la puissance de ses marques et contenus linéaires tout en déployant avec succès sa stratégie d'accélération dans le streaming.

L'année a notamment été marquée par le succès du lancement de sa nouvelle plateforme de streaming M6+, la diffusion des matchs de l'Euro 2024 de football, le lancement d'innovations programmes et une année exceptionnelle pour les activités cinéma du Groupe qui réalisent des performances records.

CHIFFRES CLÉS 2024

Chiffre d'affaires consolidé stable à 1 311 M€¹
 EBITA de 242 M€
 Marge opérationnelle à l'objectif de 18,5%
 Dividende proposé de 1,25 € par action, soit un payout de 91,4%

+35%² d'heures visionnées sur M6+
 +34%³ de hausse du CA streaming à 100 M€ contre 74 M€ en 2023
 31,4⁴ M d'entrées pour les films financés par le Groupe M6

Perspectives confirmées :

- Chiffre d'affaires streaming supérieur à 200 M€ en 2028
- >1 milliard d'heures visionnées sur la plateforme en 2028

en M€	2024	2023	% var.
Chiffre d'affaires consolidé⁵	1 311,2	1 315,6	-0,3%
Revenus publicitaires Groupe	1 061,6	1 067,0	-0,5%
- dont revenus publicitaires vidéo	912,3	905,0	+0,8%
- dont autres revenus publicitaires	149,3	162,0	-7,9%
Revenus non publicitaires Groupe	249,6	248,6	+0,4%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé⁶	242,1	300,7	-19,5%
Taux de marge opérationnelle courante	18,5%	22,9%	-4,4pt
Plus et moins values de cession d'actifs	0,0	24,6	n.a
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-9,6	-19,9	+51,6%
Résultat opérationnel (EBIT)	232,5	305,5	-23,9%
Résultat financier	13,2	10,9	+21,9%
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	-7,1	8,3	n.a
Impôts sur le résultat	-65,6	-87,6	+25,1%
Résultat net de la période	173,1	237,1	-27,0%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	172,8	234,1	-26,2%

En 2024, le Groupe M6 réalise un **chiffre d'affaires consolidé⁵ de 1 311,2 M€**, stable par rapport à l'exercice précédent¹.

A périmètre constant, le **chiffre d'affaires publicitaire** du Groupe atteint **1 061,6 M€**, stable (+0,1%) par rapport à 2023, dont **912,3 M€ de chiffre d'affaires publicitaire Vidéo, en croissance de +7,3 M€ (+0,8%)** par rapport à l'année 2023. Cette évolution reflète une saisonnalité contrastée pour l'activité publicitaire vidéo avec +7,2% au S1 et -4,9% au S2 en raison du fort recul du marché publicitaire vidéo en fin d'année en lien avec les incertitudes économiques et politiques. L'activité streaming affiche une forte croissance de +34,2% sur l'année.

Les revenus non publicitaires du Groupe bénéficient de **l'année record réalisée par M6 Films et SND** dans un marché cinéma stable. Les films coproduits et distribués par le

Groupe représenté en tiers des billets de films de production française vendus en France en 2024, et se traduisent par une hausse de +17,1% du chiffre d'affaires du pôle Productions & Droits Audiovisuels. En revanche, les Diversifications affichent un chiffre d'affaires en léger recul, avec la contribution la Boîte aux Enfants (Gulli Parcs) qui compense l'impact du ralentissement du marché immobilier sur les commissions de Stéphane Plaza Immobilier.

En 2024, le Groupe a accéléré sa transformation vers un modèle de diffusion mixte streaming / linéaire en investissant 46,4 M€ de coûts opérationnels supplémentaires dans le streaming, lui permettant de réaliser avec succès le lancement de sa plateforme M6+ en mai. Ce montant inclut le coût des contenus exclusifs et les coûts techniques, marketing et de lancement de M6+. Le chiffre d'affaires streaming affiche une croissance de +25,4 M€ par rapport à 2023 (+34,2%).

Le coût des grilles du pôle Vidéo s'élève à 518,7 M€ en 2024, en hausse limitée de +16,1 M€, reflétant la diffusion de l'Euro 2024, les investissements en contenus du plan streaming, et des économies en fin d'année démontrant la flexibilité de notre modèle au gré des fluctuations du marché publicitaire.

Le **résultat opérationnel courant du Groupe (EBITA)⁶** atteint **242,1 M€** reflétant ainsi les investissements dans le plan streaming ainsi que le ralentissement du marché publicitaire vidéo au 2nd semestre. Le contexte économique et politique a en effet pesé sur les investissements des annonceurs après la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques. Comme annoncé en 2024, la **marge opérationnelle atteint son objectif à 18,5% du chiffre d'affaires**.

En 2024, le Groupe n'a pas cédé d'actifs ni réalisé de plus-values de cession contrairement à 2023, et les charges nettes liées aux regroupements d'entreprises diminuent de 10,2 M€.

La part du Groupe dans les résultats des sociétés mises en équivalence s'élève à (7,1) M€ en raison des pertes opérationnelles de Bedrock qui poursuit ses investissements dans sa plateforme, alors que toutes les autres participations du Groupe sont bénéficiaires.

Le **résultat net attribuable au Groupe** s'établit ainsi à **172,8 M€**, soit 1,37 €/action.

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€	9 mois			4 ^{ème} Trimestre			Total année		
	2024	2023	% var	2024	2023	% var	2024	2023	%
Vidéo*	741,9	725,8	+2,2%	294,3	318,7	-7,6%	1 036,2	1 044,5	-0,8%
Audio*	110,4	113,2	-2,5%	48,2	51,7	-6,8%	158,6	164,9	-3,9%
Production & Droits audiovisuels	58,8	48,9	+16,1%	22,4	18,7	+19,7%	79,1	67,6	+17,1%
Diversifications	28,0	29,3	-11,2%	10,5	8,4	+25,0%	36,5	37,7	-3,1%
Autres CA	0,6	0,7	-11,8%	0,2	0,2	-6,6%	0,8	0,9	-10,5%
Chiffre d'affaires consolidé	935,7	917,9	+1,9%	375,6	397,7	-5,6%	1 311,2	1 315,6	-0,3%
Vidéo*							180,7	235,2	-23,2%
Audio*							38,5	41,0	-6,2%
Production & Droits audiovisuels							17,3	10,5	n.a
Diversifications							6,0	15,8	n.a
Eliminations et résultats non affectés							-0,4	-1,8	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)	157,1	190,8	-17,7%	85,0	109,9	-22,7%	242,1	300,7	-19,5%
Marge opérationnelle	16,8%	20,8%		22,6%	27,6%		18,5%	22,9%	

* Les pôles TV et radio deviennent respectivement les pôles vidéo et audio. La composition de chaque pôle est inchangée.

1. Vidéo (ex-Télévision)

Transformation digitale

En 2024, la télévision continue de toucher chaque jour 72%⁷ des Français âgés de 25 à 49 ans et devance largement les plateformes de SVOD qui atteignent seulement 26% de cette même tranche d'âge. Par ailleurs, la digitalisation de la consommation des contenus vidéo poursuit sa croissance et atteint 15%⁸ de la consommation vidéo totale en 2024.

Avec l'accélération en 2024 de sa stratégie de transformation digitale, le Groupe a pour ambition de capter ce potentiel de croissance de la consommation digitale des contenus en développant fortement ses audiences délinéarisées. Le lancement de M6+ en mai 2024 a constitué une étape importante de cette stratégie. Avec une hausse de **+30% de son nombre d'utilisateurs mensuels** par rapport à 2023, la plateforme réussit à atteindre un public plus jeune, avec un **âge moyen inférieur de 9 ans à la moyenne de ses concurrentes**. En 2024 l'activité Vidéo digitale représente 575 millions⁹ d'heures consommées, **en croissance de +35%¹⁰ par rapport à 2023**.

Le lancement réussi de M6+ se traduit par une forte hausse du **chiffre d'affaires streaming** du Groupe qui atteint **99,5 M€ soit +34,2%**. Il représente **9,6% du chiffre d'affaires total du pôle vidéo au 31 décembre 2024**, contre 7,1% en 2023.

		Total année		
	Source	2024	2023	% var.
Utilisateurs mensuels (M°)	Médiamétrie	21,5	16,6	+30%
M° heures vues (MHV) streaming	Médiamétrie ⁹ Interne / Heartbeat ¹⁰	575	518	+11%
% MHV total	Médiamétrie	6,3%	5,5%	+0,8 pt
CA Streaming ³ (M€)		99,5	74,1	+34,2%
% CA vidéo		9,6%	7,1%	+2,5 pts

Audiences 2024

Avec une part d'audience atteignant 12,8%¹¹ en 2024 (-0,2 point par rapport à 2023), **les chaînes en clair du Groupe M6** (M6, W9, 6ter et Gulli), **sont stables auprès de l'ensemble du public**. Leurs performances sur la cible des 25-49 ans sont néanmoins impactées par la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques sur les chaînes publiques.

Sur l'ensemble du public, la part d'audience de la chaîne M6 s'élève à 7,8% en 2024. Hors diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques, M6 est la chaîne qui progresse le plus en prime sur l'ensemble du public.

L'année 2024 aura été marquée en juin par la diffusion de l'Euro 2024 qui a rassemblé tous les publics et ce sont 48 millions de Français qui ont partagé ces temps forts sur M6. Ses programmes historiques de divertissements réalisent des records : *L'Amour est dans le Pré* (29% de part d'audience sur les 25-49 ans), *La France a un incroyable talent* (28% de part d'audience sur les 25-49 ans), tandis que les marques plus récentes telles que *Les Traîtres* (33% sur les 25-49 ans) et *Qui veut être mon Associé* (30% sur les 15-34 ans) poursuivent leur ascension. Enfin, la chaîne possède l'offre de magazines d'information la plus puissante en soirée avec *Capital* (19% de part d'audience sur les 25-49 ans) et *Enquête Exclusive* (20% sur les 25-49 ans).

Sur la TNT, la chaîne W9 a été élue « chaîne préférée des Français¹² » tandis que les chaînes 6ter et Gulli réalisent de nouveaux records, avec 6ter qui signe sa meilleure année historique auprès de l'ensemble du public et Gulli qui réalise sa meilleure année historique auprès de la cible commerciale des 25-49 ans depuis 14 ans¹³.

Performance globale

En 2024, le chiffre d'affaires du pôle Vidéo atteint 1 036,2 M€, en baisse de -0,5 % par rapport à 2023, hors effet de périmètre¹⁴. Le **chiffre d'affaires publicitaire Vidéo atteint 912,3 M€, en hausse de +7,3 M€ (+0,8%)** par rapport à 2023, la hausse de +25,4 M€ du chiffre d'affaires streaming compensant le recul du chiffre d'affaires linéaire au cours du dernier trimestre. En effet, après le fort engouement pour l'Euro 2024 observé au 1^{er} semestre, le contexte économique et politique a pesé sur les investissements publicitaires des annonceurs après la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques.

L'EBITA du pôle Vidéo atteint 180,7 M€, en baisse de 54,5 M€, impacté principalement par 32,5 M€ de coûts de transformation digitale ainsi que par le recul du chiffre d'affaires linéaire au second semestre pesant pour 14,7 M€, et auxquels s'ajoutent 6,8 M€ de coûts non récurrents au niveau Groupe. Le pôle Vidéo affiche ainsi une marge opérationnelle de 17,4%.

2. Audio (ex-Radio)

En 2024, le média Audio touche toujours près de 70%¹⁵ des Français de plus de 13 ans affichant une durée d'écoute quotidienne significative de 2h47¹⁶ (+ 7 minutes par rapport à 2023).

Le pôle Audio réalise de bonnes performances commerciales en 2024 avec une part d'audience de 22,2%¹⁷, en croissance de +0,2 point sur les 25-49 ans. La dernière vague de mesure conforte cette tendance avec une forte progression des audiences commerciales (+2,8 points).

Le chiffre d'affaires de l'activité Audio s'élève à 158,6 M€, en diminution de -3,9% par rapport à 2023, mais proche de 2022, reflétant la baisse du temps de publicité au bénéfice des audiences.

L'EBITA s'élève à 38,5 M€ en recul de -2,5 M€ par rapport à l'année précédente, cette moindre baisse reflétant le contrôle des coûts. La marge opérationnelle conserve un très haut niveau et s'établit ainsi à 24,3%.

3. Production et droits audiovisuels

L'activité Production & Droits audiovisuels réalise une année record, portée par les

performances exceptionnelles des activités cinéma et cessions de droits à la fois pour SND et M6 Films.

L'**activité cinéma** réalise un nombre record d'entrées en salle : SND enregistre **9,3 M¹⁸ d'entrées en 2024** (contre 8,3 M en 2023) tandis que les deux films à succès coproduits par M6 Films, *Un Petit Truc en plus*, qui réalise 10,8 millions d'entrées en salles et *Le Comte de Monte Cristo* (9,3 M d'entrées), se classent respectivement 1^{er} et 2^{ème} au box-office français.

L'année 2024 est aussi marquée par de nombreux succès et récompenses pour les films **SND** : *Cocorico* enregistre 2 millions d'entrées, *Une Vie* atteint 1,6 M d'entrées, tandis que *Conclave* (1 M d'entrées) a obtenu la récompense du meilleur scénario aux Golden Globes.

Le chiffre d'affaires du pôle **atteint ainsi 79,1 M€, en hausse de +11,5 M€** par rapport à 2023.

Les performances de ces deux activités se reflètent dans **l'EBITA du pôle qui s'élève à 17,3 M€**, en croissance de +6,8 M€ par rapport à 2023, le pôle affichant ainsi une **marge opérationnelle de 21,9%**.

4. Diversifications

Le **chiffre d'affaires des Diversifications atteint 36,5 M€** en baisse de -1,2 M€ par rapport à l'exercice 2023, bénéficiant de l'activité des Gulli Parcs au second semestre et du succès de la tournée en province de la comédie musicale Molière. Ces contributions ont permis de compenser l'impact du ralentissement du marché immobilier sur les activités de Stéphane Plaza Immobilier.

L'EBITA des Diversifications s'élève à 6,0 M€, en recul de -9,8 M€ en raison principalement de la baisse du nombre de transactions immobilières et de la mise en œuvre d'un plan d'accompagnement du réseau d'agences Stéphane Plaza Immobilier.

5. Situation financière

Au 31 décembre 2024, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 321,1 M€, contre 1 305,1 M€ au 31 décembre 2023 reflétant la baisse du résultat net sur l'année et la hausse du dividende versé en 2024.

La trésorerie nette est en baisse de -64,3 M€ et s'élève à +256,5 M€¹⁹ contre +320,8 M€ au 31 décembre 2023 principalement en raison de la transformation du modèle et du remboursement de l'emprunt obligataire Euro PP de 50 M€ émis en juillet 2017 et arrivé à échéance en août 2024.

6. Perspectives

Tout en continuant de renforcer la télévision linéaire, le Groupe va poursuivre la mise en œuvre de son plan streaming en 2025, ayant pour ambition d'atteindre un **chiffre d'affaires streaming supérieur à 200M€ en 2028** et de dépasser **le milliard d'heures visionnées sur la plateforme** sur la même période.

7. Dividende

Conformément à ce qui avait été annoncé le 13 février 2023 pour les dividendes versés en 2024 et 2025, il sera proposé à l'Assemblée générale de voter un dividende de 1,25 €, offrant un payout exceptionnel de 91,4%, reflétant la confiance dans le modèle de développement.

8. Gouvernance

Le Conseil de surveillance, sur recommandations du Comité des nominations concernant l'indépendance des membres du Conseil de surveillance, a acté que CMA CGM Participations ne pouvait plus être considéré comme indépendant. Cette perte d'indépendance impose dès lors un élargissement de l'effectif du conseil de 5 nouveaux membres afin de respecter la présence d'un tiers de membres indépendants (hors salariés).

L'entrée en vigueur de la CSRD impose par ailleurs de réunir prochainement un Conseil de surveillance qui validera l'ordre du jour de l'Assemblée générale Mixte du 29 avril, dont la nomination des nouveaux membres et le renouvellement des mandats de Marie Cheval, Nicolas Houzé et Björn Bauer.

9. Engagement RSE

La Fondation M6 dont le mandat a été prorogé par le Conseil de surveillance du 23 avril 2024 pour une durée de 5 ans, a pour ambition d'accélérer la mobilisation des entreprises sur l'enjeu de la réinsertion socioprofessionnelle des personnes sortant de prison. Ses actions porteront notamment sur le déploiement de sa journée « Découverte » dans d'autres entreprises.

En 2024, le Groupe M6 a poursuivi son engagement en matière d'écoproduction. Ainsi, SND, filiale de production et de distribution des droits audiovisuels, a intégré des pratiques de productions durables dans l'ensemble de ses projets. En l'espace d'une année, environ **80%** des productions déléguées de SND ont été labellisées Ecoprod²⁰. Par ailleurs, la série *Scènes de Ménages* a aussi obtenu ce Label en novembre.

La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 11 février 2025 à partir de 18h30.

Tous les détails de connexion seront disponibles sur le site www.groupem6.fr/fr/investisseurs/information-reglementee/presentation-des-resultats-annuels-2024/

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 en cours.

Prochaine publication : Information trimestrielle du 1er trimestre 2025 : le 29 avril 2025 avant ouverture de la Bourse.

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

Code MMT, code ISIN : FR0000053

¹ Hors effet de périmètre : déconsolidation de Ctzar cédée en juillet 2023 et du pôle médias et services thématiques de M6 Digital Services cédé en septembre 2023 et l'acquisition de La Boîte aux Enfants (Gulli Parcs) en juillet 2024.

² Données internes – HeartBeat – inclut les contenus exclusifs à la plateforme – à périmètre comparable

³ 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)

⁴ Source : CBO Box-office (SND & M6 Films)

⁵ 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 (De janvier à mai), M6+ 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.

⁶ 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.

⁷ Médiamétrie / Médiamat – Base France entière

⁸ Médiamétrie / Médiamat – Total TV (Streaming + différé et enregistrements)

⁹ Médiamétrie – mesure TV 4 écrans (chaînes) - n'incluant pas la consommation des programmes exclusifs 6play

¹⁰ Données internes – HeartBeat – inclut les contenus exclusifs à la plateforme – à périmètre comparable

¹¹ Médiamétrie / Médiamat

¹² Ifop/ Baromètre d'image des chaînes de télévision / Sondage réalisé online du 26 mars au 5 avril 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 2200 Français âgés de 15 ans et plus

¹³ Source : Médiamétrie / Médiamat

¹⁴ Hors CTZAR cédée en juillet 2023

¹⁵ Source : Médiamétrie, Global Audio 2024 – Base auditeurs jour d'au moins une offre Audio - 15-80 ans

¹⁶ Source : Médiamétrie, EAR - National, LàV, 13+, 5h-24h, Total Radio, AC Milliers, DEA (min)

¹⁷ Source : Médiamétrie EAR - National, Année 2024 vs Année 2023, Lundi-Vendredi, 25-49 ans, 5h-24h, PDAC (16 stations commerciales)

¹⁸ Source : CBO Box-office

¹⁹ 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.

²⁰ Le Label Ecoprod permet de certifier la qualité de la démarche d'éco- production d'une production audiovisuelle après une évaluation réalisée par Afnor Certification, organisme indépendant qui vérifie la pertinence des démarches environnementales déployées.

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