

Résultats annuels : Mediawan poursuit sa trajectoire de croissance en 2019

- Croissance organique solide (13,9 % après 13 % en 2018), qui se traduit par un doublement du CA en 2 ans ;
- EBITDA en croissance avec une marge à 15,7 % ;
- Volume de créations originales +32 % par rapport à 2018 ;
- Doublement de la part des ventes hors France (37 % vs 21 % en 2018) et de la part des ventes aux plateformes, tant sur les contenus que les chaînes ;
- Nombreux projets premium en coproductions européennes au sein du Groupe ;
- Maintien des objectifs moyen terme de croissance organique au-dessus de 10 % en moyenne.

Mediawan annonce ce jour ses résultats financiers consolidés pour l'exercice 2019 (comptes en cours d'audit qui seront arrêtés par le Directoire et examinés par le conseil de Surveillance dans les prochaines semaines).

Chiffres clés

	2019 ¹	2018
Chiffre d'affaires (M€)	338,0	258,6
EBITDA (M€)	53,2	49,1
Marge d'EBITDA (%)	15,7 %	19,0 %
Résultat opérationnel (M€)	6,7	3,6
Résultat net – part du Groupe (M€)	0,5	5,0
Résultat net ajusté ² – part du Groupe (M€)	24,0	27,4 ³
BPA ajusté (€ / action)	0,76€	0,94€ ³
Dette financière nette ⁴ (M€)	142,2	120,9

Pierre-Antoine Capton, Président du Directoire de Mediawan déclare : « En 2019, Mediawan a poursuivi sa trajectoire de croissance, portée notamment par la qualité des contenus produits par nos 24 labels, que l'on diffuse sur des territoires de plus en plus vastes. Alors que la demande de contenus européens premium n'a jamais été aussi forte, Mediawan a su construire un modèle unique et solide,

¹ Comptes estimés en cours d'audit

² Résultat net ajusté des autres produits et charges opérationnels, de l'amortissement des actifs liés aux regroupements d'entreprises et des produits et charges financiers ou fiscaux non-récurrents (nets d'impôt).

³ Une correction a été effectuée sur les impacts intérêts minoritaires dans le RN ajusté 2018.

⁴ Dette financière excluant les crédits rattachés aux productions et les dettes locatives IFRS 16.

s'appuyant sur toute la chaîne de valeur de la création audiovisuelle allant de la production de fiction, de cinéma, de documentaire et d'animation, à la distribution et la diffusion de chaînes et services digitaux, qui démontre toute sa pertinence dans le contexte actuel. »

Chiffre d'affaires 2019 en nette hausse, multiples synergies au sein du Groupe

Le chiffre d'affaires 2019 s'élève à 338,0 M€, en croissance de +31 % par rapport au chiffre d'affaires 2018. Cette progression résulte de la contribution des nouvelles acquisitions et de la croissance organique des différents pôles, notamment *Mediawan Originals*, *Animation* et *Rights*.

Chiffre d'affaires

En M€	2019	2018 (publié)	2018 (proforma ⁵)	Variation (vs. publié)	Variation (organique)
Mediawan Originals	124,1	88,4	113,7	+40 %	+9 %
Mediawan Animation	68,7	26,8	42,4	+156 %	+62 %
Mediawan Rights	37,2	35,9	33,5	+4 %	+11 %
Mediawan Thematics	107,9	107,1	107,1	+1 %	+1 %
Chiffre d'affaires	338,0	258,6	296,6	+30,7 %	+13,9 %

- *Mediawan Originals*, l'un des premiers producteurs européens d'œuvres originales avec 24 labels de production, réalise un chiffre d'affaires 2019 de 124,1 M€, en hausse de 9% par rapport au CA proforma 2018. Cette croissance provient à la fois de la livraison des nombreux contenus à succès diffusés en 2019 et de l'exploitation accrue du catalogue existant.

Au cours de l'exercice écoulé, *Mediawan Originals*, qui s'appuie sur un portefeuille de franchises de premier plan (« Les Bracelets Rouges », « Dix pour Cent », « Apocalypse », « Commissaire Montalbano », « Section de Recherches », « Alice Nevers », ou encore « Infidèle ») a livré 137 heures de programmes, en hausse de 32 % par rapport à 2018, bénéficiant d'une demande accrue tant des diffuseurs traditionnels que des plateformes. Fin août 2019, le Groupe s'est ainsi positionné pour la deuxième année consécutive largement en tête du classement annuel Ecran Total des producteurs de fiction en France en prime time.

Outre le succès de ses séries (6 millions de téléspectateurs en moyenne devant la saison 2 des « Bracelets Rouges » et la saison 1 d'« Infidèle », record de visionnages en streaming sur Canal+ pour « Les Sauvages », fortes audiences pour « Commissaire Montalbano » en Italie...), le Groupe a su étoffer en 2019 son offre de cinéma (« Donne-Moi Des Ailes », « Les Eblouis »,...) et documentaires (« Green Blood », « Banksy : Most Wanted », « Demain Est A Nous », ou encore « Cyrille, agriculteur, 30 ans, 20 vaches, du lait, du beurre, des dettes »), avec une forte exposition internationale et plusieurs récompenses dans des festivals mondialement reconnus.

Ces derniers mois, le Groupe a accéléré les synergies entre les sociétés de production à l'intérieur du Groupe avec notamment des coproductions européennes en cours de développement avec Palomar, acquis par le Groupe début 2019, comme « Call My Agent » (adaptation de « Dix pour Cent »), « Le Comte de Monte-Cristo » ou « Envole-Moi ».

⁵ Chiffre d'affaires proforma incluant la contribution annuelle de ON Entertainment, Mon Voisin Productions et Palomar.

Plus largement, *Mediawan Originals* prévoit de livrer en 2020⁶ plusieurs séries internationales de premier plan dont « That Dirty Black Bag » (coproduite par Palomar et BRON Studios), « La Flamme » pour Canal+, « Luther » pour TF1 ou « I Delitti del Barlume » pour Sky Italy mais aussi des longs métrages comme « The Life Ahead » (qui marque le retour à l'écran de Sofia Loren) pour Netflix ou « Le Loup et Le Lion » pour StudioCanal. Le Groupe, qui a développé ces derniers mois son offre documentaire, va également livrer un film sur le chanteur Gims et un autre sur le footballeur Nicolas Anelka.

- *Mediawan Animation*, premier producteur européen d'animation⁷, affiche un chiffre d'affaires 2019 de 68,7 M€, en hausse de 62 % par rapport au CA proforma 2018. Cette performance provient notamment de la livraison du film « Playmobil » au Q2 2019 pour environ 32 M€ correspondant principalement à la reconnaissance des minima garantis donnés par les partenaires distributeurs.

En 2019, *Mediawan Animation* a renforcé la franchise « Miraculous » avec la livraison des saisons 2 et 3 (23 épisodes). Désormais disponible dans plus de 120 pays, c'est la troisième série la plus regardée dans les principaux marchés d'Europe⁸, avec un fort potentiel de licences et produits dérivés (estimation de 500 M\$ de ventes depuis 2015) et une présence digitale grandissante (+15 Mds de vues sur YouTube et +10 M d'abonnés sur les chaînes YouTube officielles Miraculous, +90 M de téléchargements de l'application Miraculous et +3,2 M d'abonnés sur Instagram).

L'année passée, *Mediawan Animation* a par ailleurs livré 33 épisodes de « Drôles de Petites Bêtes » saison 1, 42 épisodes de « Power Players » (disponible actuellement aux Etats-Unis en SVOD sur Netflix et Cartoon US et en France sur Okoo, la nouvelle plateforme de France Télévisions et dès le 28 mars sur France 4, ainsi que dans de nombreux pays), 24 épisodes de « Denver », 18 épisodes de « Sept nains et moi » saison 2, et 13 épisodes de « Robin des Bois » saison 2 – au total, 100 demi-heures de programmes.

Mediawan Animation contribue largement à l'exposition internationale croissante du Groupe. Une société a été créée sous forme de joint-venture avec ZAG et le groupe chinois Fantawild, leader de l'entertainment en Chine et a été annoncée en février 2020 pour développer la marque « Miraculous » sur ce territoire. Le pôle s'est également associé avec Palomar pour produire « Le Village Enchanté de Pinocchio », qui sera diffusé en 2021 sur RAI, ZDF et France Télévisions et distribué dans le monde entier par Mediawan Rights.

Actuellement, 5 saisons sont lancées en production : « Miraculous » (saisons 4 et 5), « Robin des Bois » (saison 3), et 2 séries inédites : « Le Village Enchanté de Pinocchio », ainsi qu'une nouvelle série enfant à fort potentiel de produits dérivés. Deux nouveaux formats sur des séries emblématiques seront bientôt annoncés. Deux longs-métrages sont également en cours : « Petit Vampire » (sortie en salles le 21 octobre 2020) et le blockbuster « Miraculous » (2021).

- *Mediawan Rights*, qui regroupe l'ensemble des activités de distribution de Mediawan, enregistre un chiffre d'affaires 2019 de 37,2 M€, en hausse de 11% par rapport au CA proforma 2018. Avec près de 13 000 heures, *Mediawan Rights* offre le plus grand catalogue de programmes francophones dont une grande partie du contenu est produit en interne.

Cette performance record de 2019 pour *Mediawan Rights*, notamment au second semestre, est tirée par la vente des droits en France de séries européennes prestigieuses (« Babylon Berlin ») et patrimoniales (« Rex », « Le Renard », « Un Cas pour Deux ») mais aussi par les très belles performances en France et à l'international de séries phares du groupe telles que « Zone Blanche », « Section de Recherches », « Alice Nevers » côté *Originals* et « Miraculous » côté *Animation*, et par la vente de documentaires premium tels que « Antoine Griezmann, Champion du monde ».

Mediawan Rights travaille également en étroite synergie avec les producteurs du groupe au développement et à la recherche de financements dans le cadre de projets ambitieux à fort potentiel international mais aussi à la distribution de leurs contenus (« Big Five », « The War is Over », « H »,

⁶ Les mesures de confinement liées au coronavirus ont déjà engendré des reports de tournages qui vont probablement se traduire par certains décalages de livraison du Q4 2020 sur 2021.

⁷ Rapport annuel du CNC : Method Animation se classe en tête des producteurs d'animation avec 151 heures de programmes, devant Xilam animation (103 heures) et Technicolor animation productions (96 heures).

⁸ Etude Médiamétrie "[Kids: top 3 most watched shows](#)", nov 2019

« Green Blood », « Banksy : Most Wanted »...). *Mediawan Rights* va par ailleurs distribuer de nombreux blockbusters de *Mediawan Animation* et notamment dans les prochains mois les saisons 4 et 5 de « Miraculous », mais aussi « Le Village Enchanté de Pinocchio ».

Au-delà des productions du Groupe, *Mediawan Rights* continue d'investir pour enrichir son catalogue, avec en 2020 des contenus de fiction de premier plan comme « Hudson & Rex », « The Luminaries », « Baywatch », « Dan Sommerdahl », « Nomis », « Run of the Hitman », « Moloch », « Romance » ou des documentaires comme « Kubrick by Kubrick » et « Royals at War ».

En ligne avec les objectifs du Groupe de déployer des contenus premium à l'échelle internationale, la part du chiffre d'affaires de *Mediawan Rights* avec les plateformes a doublé en 2019.

- *Mediawan Thematics*, spécialisé dans l'édition de chaînes et services digitaux associés, affiche un chiffre d'affaires 2019 de 107,9 M€, en légère hausse par rapport au CA proforma 2018 (+1 %), la contraction des redevances de certains opérateurs étant compensée par des revenus publicitaires dynamiques à +18 %. *Mediawan Thematics* compte 17 chaînes et dispose ainsi de positions fortes sur les chaînes thématiques en France et dans les pays francophones.

Dans un environnement où les chaînes thématiques payantes gagnent en part d'audience⁹, les chaînes Mediawan ont réalisé une bonne performance¹⁰, notamment RTL9 (+25 % d'audience sur un an) et Toute L'Histoire (+65 % d'audience sur un an), mais aussi AB1 (+22 % en access sur un an et +42 % en prime sur un an).

Mediawan Thematics fait évoluer son business model avec les plateformes digitales comme Amazon Channels, où les abonnés payants aux chaînes Mediawan ont doublé entre janvier et mars 2020, et travaille avec tous les nouveaux acteurs « pure players » digitaux pour étendre la diffusion de ses chaînes et de ses contenus sous forme délinéarisée. *Mediawan Thematics* saisit aussi de nouvelles opportunités de développement hors Europe, notamment avec Canal+ International pour la distribution des chaînes sur le long terme et la création de contenus originaux en français destinés au public africain via la création d'une joint-venture.

EBITDA¹¹ publié à 53,2 M€

L'**EBITDA** s'élève à 53,2 M€, soit une marge opérationnelle de 15,7 %. Hors effet du film Playmobil, la marge serait ressortie à environ 17,4 %. Ce niveau de marge démontre la pertinence du modèle de Mediawan, présent sur l'ensemble de la chaîne des contenus et capable de maximiser la valeur des droits produits via son activité de distribution.

Le résultat opérationnel atteint 6,7 M€, après prise en compte (i) des amortissements autres que ceux liés aux droits audiovisuels (y compris amortissements des droits d'utilisation IFRS 16), (ii) de l'amortissement de la quote-part des écarts d'acquisition affectée aux immobilisations incorporelles et corporelles, (iii) des charges non récurrentes liées aux frais d'acquisitions et de réorganisation et (iv) de l'incidence comptable, sans impact sur la trésorerie du Groupe, d'éléments assimilables à des éléments de rémunération en normes IFRS.

Résultat net ajusté¹² part du Groupe de 24,0 M€

Le résultat net part du Groupe est un bénéfice de 0,5 M€, après prise en compte du résultat financier pour (9,2) M€¹³, du produit d'impôt sur les sociétés de 1,5 M€ et d'intérêts minoritaires pour 1,5 M€.

⁹ Médiamétrie : Médiamat' Thematik V38 (du 2 sept 2019 au 16 fév 2020) : +0,8 % de part d'audience sur un an

¹⁰ Médiamétrie : Médiamat' Thematik V38 (du 2 sept 2019 au 16 fév 2020)

¹¹ EBITDA calculé après amortissement des droits audiovisuels (hormis ceux liés aux regroupements d'entreprises).

¹² Résultat net ajusté des autres produits et charges opérationnels, de l'amortissement des actifs liés aux regroupements d'entreprises et des produits et charges financiers ou fiscaux non-récurrents (nets d'impôt).

¹³ Y compris 0,1M€ de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence

Le résultat net ajusté, qui neutralise l'impact des éléments non-récurrents sur le résultat net, s'élève à 24,0 M€, contre 27,4 M€ en 2018.

Structure financière : dette nette¹⁴ de 142,2 M€ et capitaux propres de 229,2 M€ à fin 2019

Les capitaux propres augmentent de 221,6 M€ à fin 2018 à 229,2 M€ à fin 2019, principalement impactés par le résultat de la période et les augmentations de capital de 9,6 M€, compensées par l'impact non monétaire lié à la comptabilisation des engagements de rachat des minoritaires.

Au 31 décembre 2019, l'endettement financier net du Groupe s'élève à 142,2 M€ contre 120,9 M€ au 31 décembre 2018. La hausse de l'endettement sur la période s'explique principalement par l'acquisition de Palomar ainsi que de plusieurs autres sociétés de production et par des dépenses liées au déménagement du groupe dans de nouveaux locaux, nets des augmentations de capital, pour un montant de plus de 36 M€.

Mediawan, fédérateur de talents

Au cours de l'exercice 2019, Mediawan a poursuivi sa stratégie de consolidation avec l'acquisition et l'intégration de plusieurs sociétés françaises – Nice Pictures (la société créée par Joann Sfar), Fit, Radar et Black Dynamite - et surtout sa première acquisition hors de France, Palomar. Ces nouveaux labels permettent au Groupe de développer son offre de contenu premium avec les meilleurs talents du marché, des marques reconnues et une forte valeur catalogue. En l'espace de quelques mois, l'acquisition de Palomar a déjà donné naissance à de multiples projets de développement en coproduction européenne, notamment des adaptations de formats premium, en s'appuyant sur la proximité des équipes avec les diffuseurs en France et en Italie.

Mediawan est par ailleurs en train de rassembler la majeure partie de ses équipes françaises dans son nouveau siège au cœur de Paris, afin d'en faire un véritable incubateur de talents dédié à la production et à l'innovation des contenus audiovisuels et numériques et favoriser les synergies entre les différentes entités du Groupe. Le bâtiment comporte une salle de projection de 200 places, des studios numériques, des salles d'écriture... Depuis septembre 2019, certaines équipes du Groupe (dont le pôle Animation) ont déjà emménagé et une part significative des autres équipes suivront dès que les conditions le permettront.

Impact du coronavirus (covid-19)

- Le Groupe a pris toutes les mesures pour assurer la sécurité de ses collaborateurs et partenaires (notamment en organisant le travail de l'essentiel des équipes en télétravail), et les différentes activités du Groupe seront affectées de manière variable :
 - *Originals* : Les mesures de confinement liées au coronavirus ont déjà engendré un report de la plupart des tournages qui vont probablement se traduire par certains décalages de livraison du Q4 2020 sur 2021. Pour autant, le reste de l'activité de production (écriture etc.) continue ses développements.
 - *Animation* : Le pôle a pu s'adapter aux mesures de confinement grâce à sa culture du travail partagé entre plusieurs sites de pré-production, de production et de post-production.
 - *Rights* : Dans les prochaines semaines, le pôle aura vraisemblablement à fournir davantage de contenus de catalogue aux chaînes de télévision et aux plateformes confrontées à la pénurie de programmes du fait de l'arrêt de nombreuses productions de flux, de fiction et de l'annulation d'événements sportifs liés au coronavirus.
 - *Thematics* : Des mesures particulières ont été prises pour permettre la diffusion des chaînes en toute sécurité pour les collaborateurs sur site. Les contrats de diffusion étant de long terme, le coronavirus n'aura pas d'effet direct sur cette activité en 2020, en revanche

¹⁴ Dette financière excluant les crédits rattachés aux productions et les dettes locatives IFRS 16.

les revenus publicitaires pourraient être affectés sans que l'on puisse à ce stade anticiper de quelle manière.

- Le Groupe va se montrer attentif et vigilant à l'évolution de la situation.

Perspectives

- Malgré le contexte actuel, Mediawan reste très confiant dans ses dynamiques, son objectif de croissance moyenne de 10% de croissance organique à moyen terme (malgré la pression anticipée sur 2020) et la pertinence de son business model. Le Groupe conserve son ambition intacte d'agir comme consolideur et construire un groupe européen leader notamment via de la croissance externe et se concentre sur les prochains développements afin de préparer la reprise des tournages dans les meilleures conditions ;
- Mediawan a entrepris depuis plusieurs mois un profond travail de réorganisation interne, avec notamment la nomination en janvier 2020 de Delphine Cazaux, Directrice Générale en charge des opérations. Sa feuille de route comporte la réorganisation des différentes BU et le renforcement des fonctions support (IT, RH, Digital/Marketing, Communication...) au service des différents métiers du Groupe, mais aussi le déploiement de systèmes centraux. Un chantier de rebranding est par ailleurs en cours afin de structurer les différentes marques du Groupe dans l'écosystème Mediawan ;
- Mediawan a initié ces derniers mois la centralisation de sa stratégie digitale pour mettre en avant les marques du Groupe et en développer de nouvelles, entretenir la relation avec ses communautés, exploiter et protéger son catalogue, mais aussi développer des contenus exclusifs et monétiser ces contenus via les canaux digitaux. 2019 aura connu une très forte croissance de ses contenus digitaux avec plus de 6 milliards de vues, 12+ millions d'abonnés sur les différentes chaînes YouTube du Groupe et près de 500 millions de vues sur SnapChat pour sa première année de présence sur la plateforme. 2020 permettra de déployer une stratégie de contenus monétisés sur Facebook, de développer de nouveaux projets originaux (podcasts autour des marques fortes du Groupe et programmes inédits) et d'investir de nouveaux réseaux sociaux (tels que TikTok).

Le rapport financier annuel sera disponible prochainement sur : <https://mediawan.fr/fr/information-reglementee/>

Prochain communiqué financier : chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2020, au plus tard le 31 mai 2020.

A propos de Mediawan

Fondé fin 2015 par Pierre-Antoine Capton, Xavier Niel et Matthieu Pigasse, Mediawan est rapidement devenu l'un des principaux studios européens indépendants de contenus premium. Mediawan fédère les meilleurs talents de la création audiovisuelle en étant présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur : la production de contenus originaux en fiction, documentaires et animation (Mediawan Originals et Mediawan Animation), la distribution de contenus audiovisuels (Mediawan Rights), et l'édition de chaînes et services digitaux (Mediawan Thematics). Mediawan regroupe à ce jour 24 labels de production.

Contacts

Investisseurs et analystes : Aurélie Jolion – ajolion@mediawan.eu +33 6 23 52 50 47

Presse : Victoire Grux – vgrux@mediawan.eu +33 6 04 52 16 55

Presse : Clara Devoret – cdevoret@majorelle-pr.fr +33 6 40 48 57 27