



30 JUNE 2017
HALF-YEAR FINANCIAL REPORT
METROPOLE TELEVISION

Contents

1. M6 GROUP PRESENTATION	4
1.1. Key figures	4
1.2. Group structure	7
1.3. Data on the Group's main markets and operations	8
1.4. Other highlights and significant events since 1 January 2017	18
2. CORPORATE GOVERNANCE	20
2.1. Supervisory Board	20
2.2. Executive Board	21
3. SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE	22
4. RISK FACTORS AND MANAGEMENT	23
4.1. Risks and uncertainties regarding the first half of the year	23
4.2. Risks and uncertainties regarding the second half of the year	24
5. HALF-YEAR FINANCIAL REPORT	25
5.1. Consolidated statement of comprehensive income	25
5.2. Consolidated statement of financial position	28
5.3. Consolidated cash flow statement	29
5.4. Related parties	30
5.5. Post-balance sheet events	30
5.6. Segment information	31
5.7. Free-to-air TV: gross margin on programming	31
6. FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES	32
7. GROUP WORKFORCE	58
8. ADDITIONAL INFORMATION	59
8.1. Statutory auditors' report	59
8.2. Statement of person responsible	61



Métropole Télévision

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

**Half-year ended
30 June 2017**



We hereby present the financial report for the half-year ended 30 June 2017, prepared in accordance with the provisions of Articles L. 451 -1-2 III of the Monetary and Financial Code and 222-4 and subsequent of the General Regulations of the AMF.

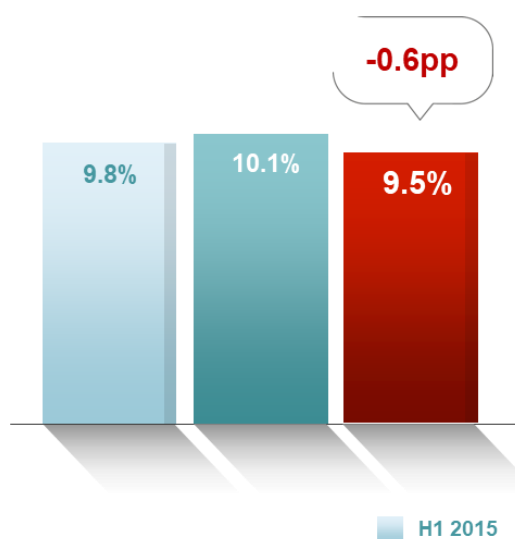
This report will be circulated in accordance with the provisions of Article 221-3 of the General Regulations of the AMF. It will also be available on our Company's website www.groupeM6.fr.



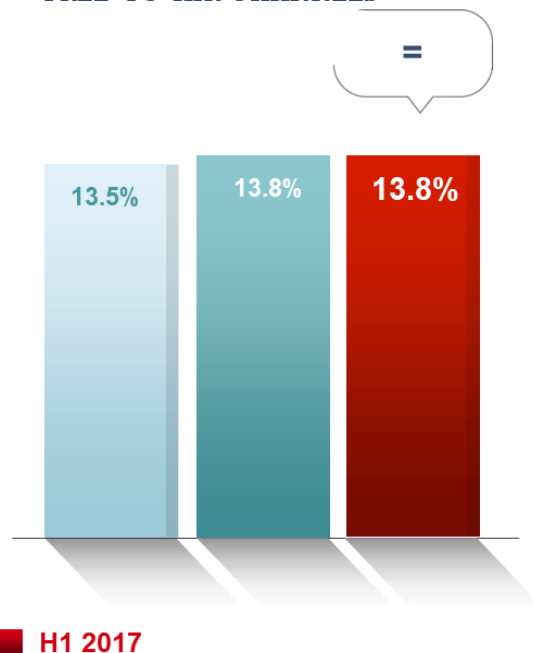
1. M6 GROUP PRESENTATION

1.1 Key figures

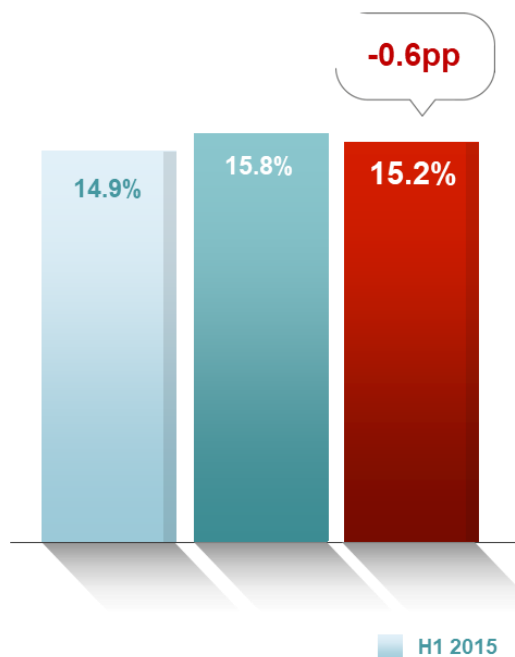
**4+ AUDIENCE SHARE
M6 CHANNEL**



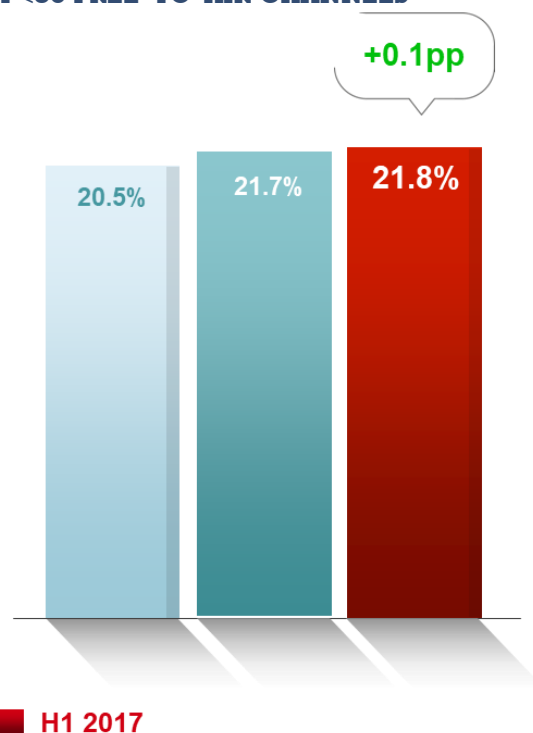
**4+ AUDIENCE SHARE
FREE-TO-AIR CHANNELS**



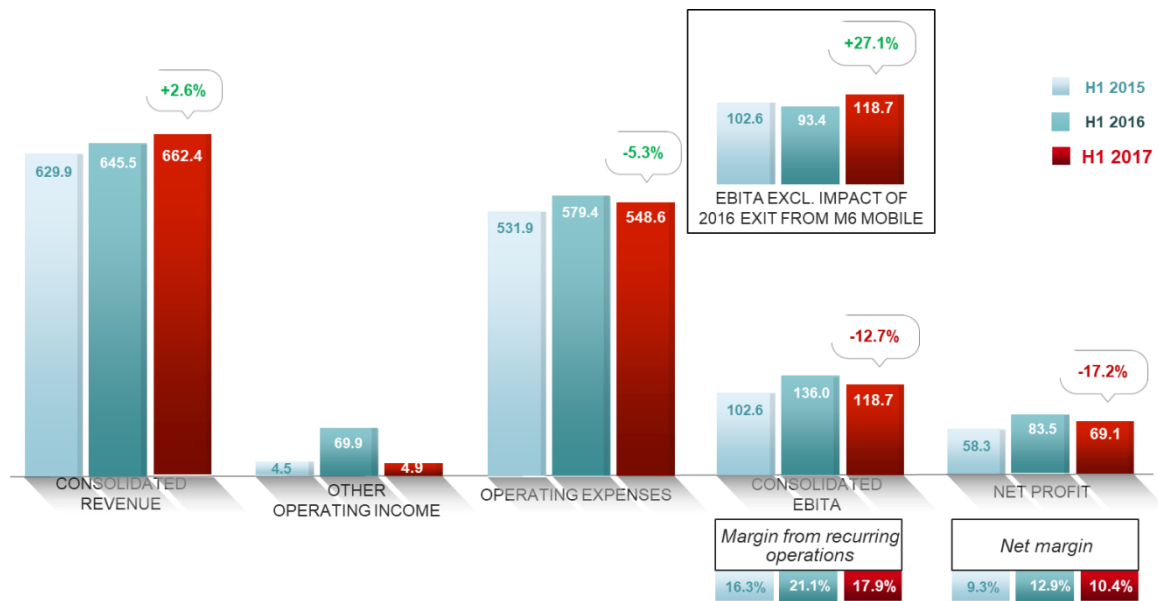
**AUDIENCE SHARE
WRP<50 M6 CHANNEL**



**AUDIENCE SHARE
WRP<50 FREE-TO-AIR CHANNELS**

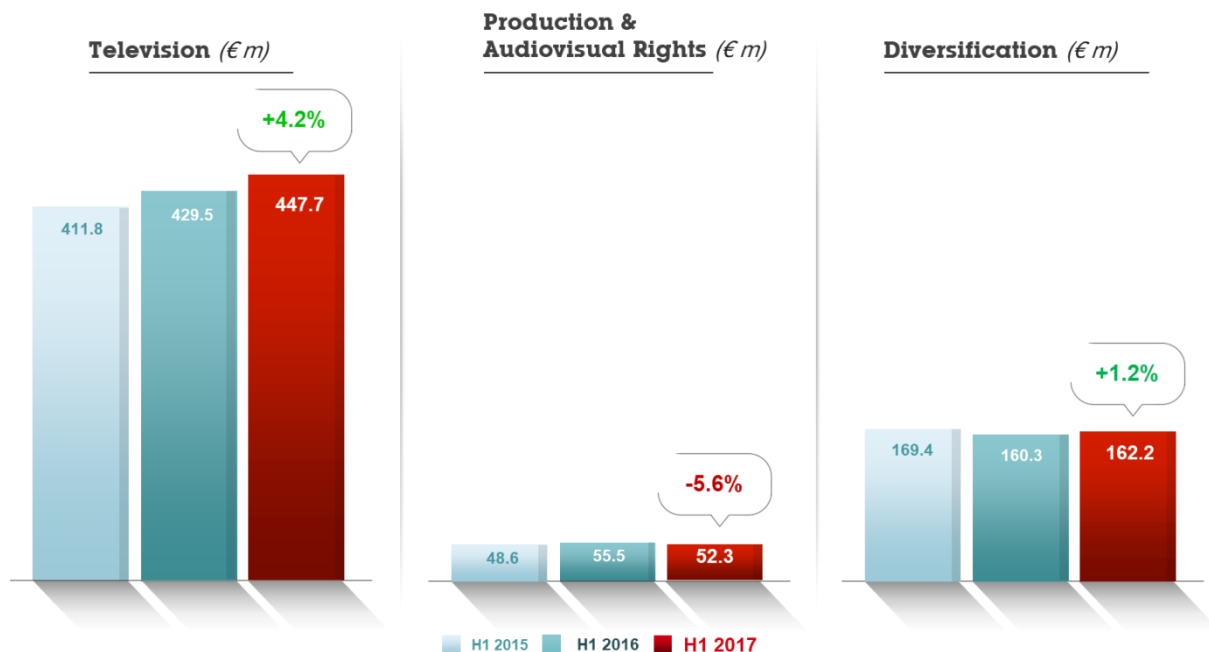


REVENUE, EBITA AND NET PROFIT

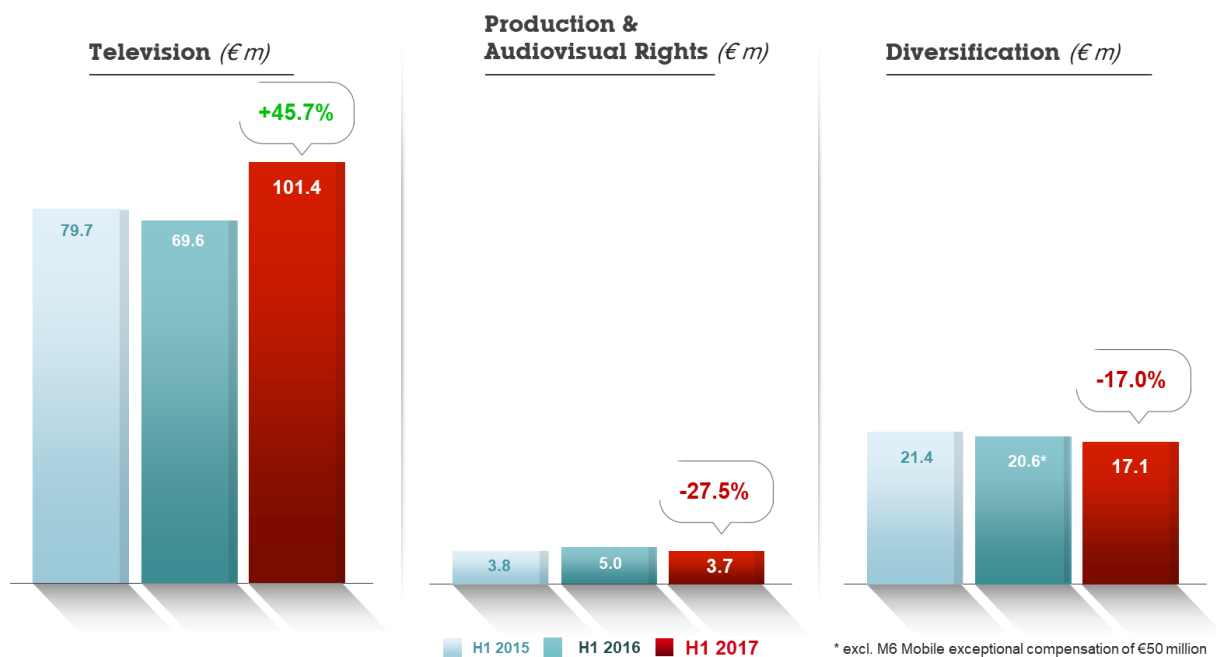


EBITA is defined in Chapter 5 of this Management Report.

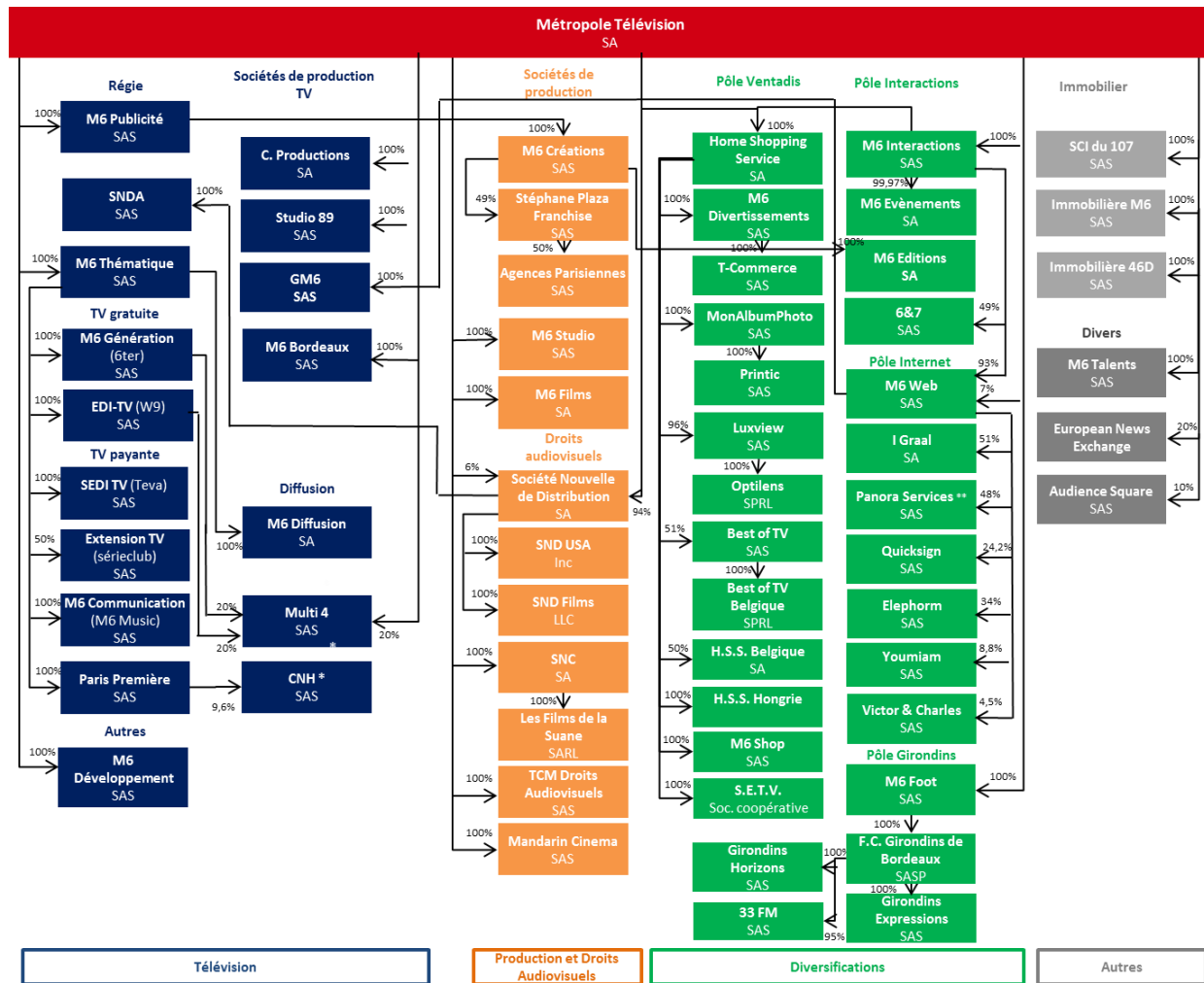
REVENUE ANALYSIS BY SEGMENT



EBITA ANALYSIS BY SEGMENT



1.2. Group structure



* shares in the process of being purchased by Paris Première at the date of preparation of this document

** the percentage of voting rights is 50%

On 1 January 2017, Oxygem was merged into M6 Web.

On 28 March 2017, M6 Group announced that it had acquired a 49% stake in the share capital of 6&7, a new record label, via its subsidiary M6 Interactions.

On 13 April 2017, M6 Web participated in the share capital increase of YouMiam SAS, a recipe-based social platform. It has an 8.8% stake.

On 31 May 2017, M6 Web participated in the share capital increase of Victor & Charles SAS, a data platform aimed at hotel managers. It has a 4.5% stake.

1.3. Data on the Group's main markets and operations

1.3.1. Television

► Equipment

At the end of the 4th quarter of 2016, 94% of French households had a television set (*source: Observatoire de l'Équipement des Foyers* (Household Equipment Watchdog), *published on 18 April 2017*). The ownership rate is stable and it remains the most common screen in homes, ahead of computers, smartphones and tablets, which are present in 85%, 73% and 45% of households respectively. The average number of screens was 5.5 per household.

In addition, the penetration rate of the various TV reception platforms has started to stabilise. Among households equipped with a television, more than 54% receive DTT through the household aerial, which therefore remained the leading reception mode, even though a prevalence of broadband/fibre optic reception on the main set has been seen for the first time. Almost one third of households have at least two reception modes, with the most common mix combining terrestrial and broadband modes.

Lastly, the results for the 4th quarter of 2016 highlight the fact that more than half of television sets are now connected to the Internet.

► Individual Viewing Time

Moreover, during the first half of 2017, the individual viewing time for television has remained very high, at 3 hours 42 minutes for people aged 4 years and above (vs. 3 hours and 43 minutes during the first half of 2016). It stands at 3 hours 36 minutes for women under 50 responsible for purchases, representing a fall of 2 minutes in comparison with the same period in 2016, which was notable for the broadcast of Euro 2016.

► Audience Ratings

In the first half of 2017, the six traditional channels had an audience share of 57.6% (4+ year olds), compared with 61.2% in the first half of 2016, whilst free-to-air DTT channels represented 32.4% of audience share in the first half of 2016, compared with 28.7% in the first half of 2016 (*source: Médiamétrie, 4+ year olds*), driven not only by the six new channels which achieved an 8.9% audience share as against 7.2% for the same period in 2016, but also by other first generation DTT channels, which saw their audience share increase, having stagnated over the last three years.

Nationwide audience share (4+ year olds)								
%	H1 2017	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011	H1 2010
M6	9.5%	10.1%	9.8%	9.9%	10.5%	11.4%	10.5%	10.4%
TF1	19.9%	20.8%	21.6%	22.9%	22.9%	22.7%	23.8%	24.8%
France 2	12.6%	13.5%	14.2%	14.0%	14.1%	14.8%	15.2%	16.1%
France 3	8.7%	8.9%	9.0%	9.5%	9.3%	9.3%	9.9%	10.9%
Canal+	1.1%	2.1%	2.9%	2.7%	2.9%	3.1%	3.3%	3.2%
France 5	3.7%	3.4%	3.4%	3.2%	3.4%	3.6%	3.3%	3.2%
Arte	2.1%	2.3%	2.2%	2.0%	1.9%	1.7%	na	na
TOTAL Traditional channels audience share **	57.6%	61.2%	63.0%	64.3%	65.0%	66.7%	67.4%	70.1%
W9	2.7%	2.4%	2.6%	2.7%	3.1%	3.1%	3.2%	2.9%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share ***	23.5%	21.5%	21.5%	21.2%	22.1%	21.9%	20.9%	17.6%
6ter	1.6%	1.3%	1.0%	0.7%	0.5%	-	-	-
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	8.9%	7.2%	5.2%	3.7%	1.9%	-	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.0%	10.1%	10.3%	10.8%	11.0%	11.4%	11.7%	12.3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

*** including Franceinfo and LCI since 2017

Source: Médiamétrie

On the commercial target, the six traditional channels lost 3.0 pp audience share to the DTT channels, both to first generation and second generation DTT channels, which grew 1.8 and 1.0 percentage points respectively.

Nationwide audience share (WRP<50)								
%	H1 2017	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011	H1 2010
M6	15.2%	15.8%	14.9%	15.5%	15.8%	17.3%	17.1%	16.3%
TF1	21.9%	22.5%	23.6%	24.3%	25.2%	25.3%	26.8%	28.2%
France 2	8.1%	8.6%	9.9%	10.0%	10.0%	11.0%	11.1%	12.3%
France 3	3.5%	3.7%	3.9%	4.3%	4.4%	4.7%	5.0%	6.3%
Canal+	0.8%	1.9%	2.7%	2.4%	2.4%	2.8%	3.0%	2.7%
France 5	2.1%	2.0%	2.0%	1.9%	2.0%	2.4%	2.2%	2.2%
Arte	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	0.8%	0.9%
TOTAL Traditional channels audience share **	52.4%	55.4%	57.9%	59.4%	60.7%	64.3%	66.1%	68.9%
W9	4.1%	3.7%	3.7%	3.7%	4.2%	4.1%	4.1%	3.8%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share	28.2%	26.4%	25.2%	25.1%	25.5%	24.3%	22.6%	19.2%
6ter	2.5%	2.2%	1.9%	1.3%	0.8%	-	-	-
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	9.1%	8.1%	6.8%	4.9%	2.7%	-	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.3%	10.1%	10.1%	10.6%	11.1%	11.4%	11.3%	11.9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

*** including Franceinfo and LCI since 2017

Source: Médiamétrie



► Advertising market

According to the latest economic report from INSEE (French National Institute for Statistics and Economic Studies), published in June 2017, the year 2017 began with a slight upturn in business in the euro zone (0.6% growth in the first quarter following a 0.5% increase in the fourth quarter of 2016, “*increasing a little more sharply than expected in France*”, with a 0.4% increase in GDP). In France growth could continue at this rate over the coming months: “*on average over the year, growth would stand at 1.6% in 2017, after 1.1% in 2016, which would represent its highest growth since 2011. Domestic demand, although less buoyant, would remain robust and international trade would deteriorate significantly less than last year.*”

However, the rise in inflation (“*Since the end of 2016, inflation has picked up sharply, reaching 0.8% year on year in May 2017, against 0.0% a year earlier*”) could have an impact on household spending power.

Gross “television” advertising investments (before rebates and volume discounts) grew 5.7% over the first half-year, reaching €6.0 billion, reflecting a positive volume effect. This growth nevertheless masks persistent pricing pressure, within a context of audience fragmentation, and changes in the planning of campaigns relating to a wider range of channels (in particular towards the 6 new DTT channels which achieved year-on-year growth of almost 38%).

	Traditional terrestrial channels	Free-to-air DTT channels	Broadband, cable and satellite channels	Total TV channels
Gross advertising expenditure (€ K)	3,125,254	2,483,652	347,677	5,956,583
Growth (%) vs. 1 st half of 2016	+3.3%	+9.6%	+0.2%	+5.7%
Gross market share (%) H1 2017	52.5%	41.7%	5.8%	100%
Gross market share (%) H1 2016	53.6%	40.2%	6.2%	100%

Source: Kantar Media, terrestrial channels excluding self-promotion and regional channels, 1st half of 2017

Since 2017, Canal+Régie has been marketing Canal+ and C8’s advertising slots under a single advertising medium: C8+ (TNT sector). The 2016 period has therefore been restated as a result: the channel Canal + is recorded within the DTT sector in relation to 2016.

Across traditional terrestrial channels (up 3.3%), the situation was mixed depending on the advertiser sector. As such, Food and Health & Beauty (1st and 2nd largest advertising sectors) saw their investments fall over the half-year, while Cars, Retail and Banking & Insurance all grew.

For the M6 channel, the situation per advertiser sector was also mixed, with a top advertiser sector (Food) recording slight growth in its investments, while Cars (2nd biggest advertiser sector) and Banking & Insurance (5th largest) recorded more significant growth. In contrast, Health & Beauty (3rd largest advertiser sector) was in decline.

According to the latest data published by Kantar Media in relation to the first three months of the year, the net French multimedia advertising market declined slightly, by 0.4%, with a 0.8% fall in television advertising investments.

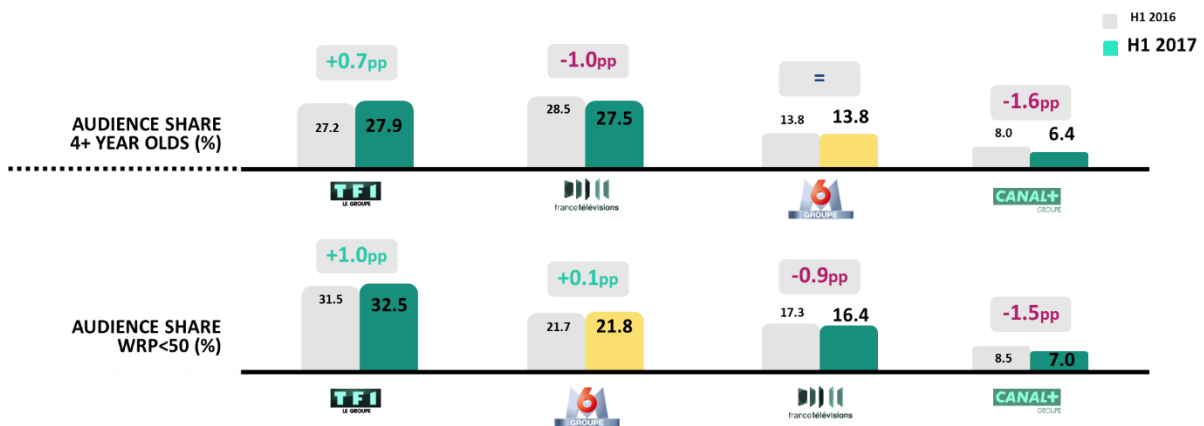
On the first half-year the net TV French advertising market could be down by 0.4%.

► Audience performance of Group channels

The 1st half-year was once again characterised by the audience fragmentation process. Thanks to its improved programme line-up, M6 Group’s family of free-to-air channels achieved a stable average audience share of 13.8% over the first half of 2017 (*source - Médiamétrie*) in the 4+ years old category and in excess of 21.8% on the commercial target (up 0.1 pp).



AUDIENCE SHARES OF TRADITIONAL AUDIOVISUAL GROUP CHANNELS

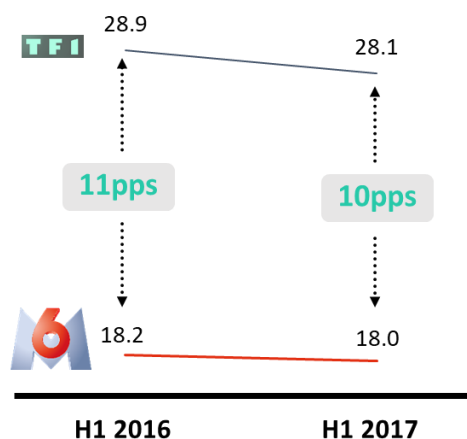


■ M6

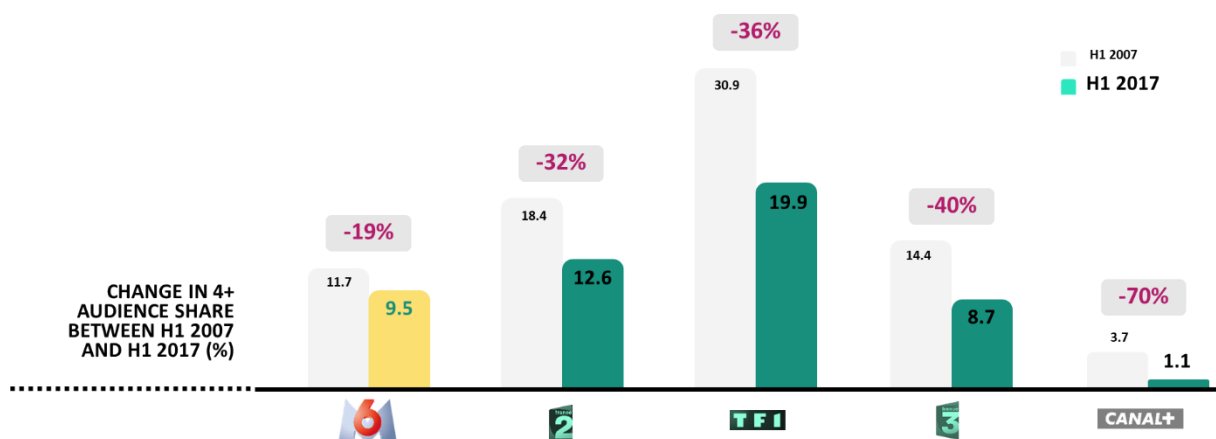
The M6 channel retained its second placed ranking amongst the under 50s throughout the entire day, thanks in particular to the relevance of its range of programmes in strategic slots, and was marked by:

- The effectiveness of its access primetime viewing schedule (*Les Reines du Shopping*, *Chasseurs d'appart*, *Le 19'45* and *Scènes de ménages*) which allowed it to confirm its position as leader in the 6-9pm weekday slot on the commercial target (*source - Médiamétrie*), with an audience share of 16.9% (vs. 16.8% for TF1);
- The strength of its event programming in the evening (*L'amour est dans le pré*, *A l'état sauvage*, *Top Chef*, *Le meilleur pâtissier*, etc.) which enabled it to close the gap on its main rival on the commercial target (*source - Médiamétrie*, 9pm - 10.30pm time slot). Within this slot, M6's audience share now stands at 64% of TF1's (vs. 63% in the 1st half of 2016).

**AUDIENCE SHARE
WRP < 50 (%)
MONDAY-SUNDAY 9PM-10.30PM**



Over 10 years, M6 has remained the traditional channel that has been most resilient to the advent of DTT channels.



■ W9

In the first half-year, W9 maintained its ranking as one of the top three DTT channels on the commercial target (WRP<50), with an audience share of 4.1%, an increase of 0.4 points, thanks to both the very good performances of its reality TV programmes in access primetime (*Les Marseillais*, *South America* and *Moundir & les apprentis aventuriers*) and the relevance of its evening programming (films, documentaries, magazines).

On the 4+ years old target, W9 posted an average audience share of 2.7% (up 0.3 pp), a record over the last 3 years.

■ 6ter

6ter posted an average audience share of 1.6% on the over 4 years old category (up 0.3 pp). 6ter established itself as the leader of the new DTT channels in the category of women under 50 responsible for purchases, with an average audience of 2.5% during the first half-year (up 0.3pp), due to its successes across all types of programmes.

6ter offers an attractive range of films and original programmes such as *Norbert commis d'office* and *Rénovation impossible*.

■ Cab-sat channels

In the world of pay TV, the Group's channels have consolidated their successes, notably (*Médiamétrie Mediamat'thematik wave 33, January-June 2017*):

- Paris Première, the top pay TV channel for the 2nd consecutive wave (with a 0.6% audience share among 4+ year olds in the cable, satellite and broadband sector), the most watched pay TV channel by the viewing public as a whole (11.2 million viewers every month), and leader amongst upper socio-economic professionals;
- Téva, the clear leader amongst special interest channels on the commercial target with a 0.9% audience share within the cable, satellite and broadband sector for the 13th consecutive wave. Téva is one of the 3 most watched pay TV channels with 10.3 million viewers every month;
- Serieclub set a four-year record for this wave and was ranked as the 3rd biggest pay TV channel in the WRP<50 category.

► Advertising performance of Group channels

Within an advertising market whose visibility remains uncertain, M6 Group managed to monetise its strong audience figures and saw the advertising revenues from its free-to-air channels rise by 3.8% (up €15 million), including by 2.2% over the 2nd quarter, despite a challenging comparison base since the 2nd quarter of 2016 was notable for the broadcast of Euro 2016.

During the first half of 2017, M6 Publicité continued to provide the market with innovative offers, continually providing its clients with increased effectiveness. The ongoing convergence of its resources enabled the sales house to provide packages combining the power of TV, the interactivity of digital and the originality of the content produced by M6 Unlimited Studio.

The first half year for M6 Publicité was characterised by the following events:

- The change in regulations governing sponsorship, which now allows the product to be displayed and the slogan to be mentioned. This has created new opportunities, both in the production of content and the sale of advertising space.
- The creation of Golden Network, the 1st digital studio entirely devoted to the creation of content aimed at the millennial generation. The marketing of the range is overseen by M6 Publicité, which offers advertisers cross-media advertising packages incorporating TV, digital, social media and brand content.
A major partnership has been agreed with StyleHaul, the global leader in “Fashion” & “Beauty” online video. The assets and expertise of the two networks may be pooled for brand content operations.
- The continuation of technology-focused innovation activities has made it possible to offer:
 - *Adaptive wide*, an advertising format allowing advertisers’ commercials to be enhanced or updated in real time. Thanks to *Adaptive wide*, advertisers can further enhance their ads with a split screen system (visualisation or demonstration of products, social content, weather information for a weather sensitive product, etc.).
 - *CRM-OnBoarding*, which will allow the advertiser’s data to be crossed with that of the Group’s sites in order to optimise targeting.
 - *6break*: A non-intrusive advertising format, it is triggered when the user pauses their programme on 6play. It enables the significant increase in memorisation capacity which occurs during down-time to be leveraged.
 - *Catch Them Up* pack: in order to offer optimum synergy between TV and digital broadcast media, the *Catch Them Up* pack will use behavioural TV data to accurately target individuals on 6play according to their TV viewing.

► TV and web production

■ C Productions

Over the first half-year, C Productions mainly produced the M6 channel’s news magazines such as *Capital*, *Zone Interdite*, *66 Minutes*, *Enquête Exclusive*, as well as other programmes such as *Enquêtes criminelles* for W9.

■ Studio 89

Over the first six months of 2017, Studio 89 has produced numerous programmes for M6 (*Chasseurs d’appart* for the channel’s access primetime, *Top Chef* for primetime and *Toque Show* for the lunchtime slot), and for other of the Group’s channels (*Les Princes de l’amour* and *Un Dîner presque parfait* for W9, *Norbert commis d’office* for 6ter).



■ Golden Network

M6 Group continued to expand its creation of content for Millennials with Golden Network, the 1st digital studio entirely dedicated to this generation. Launched in 2017, Golden Network brings together all the Group's MCNs (multi-channel networks).

The creation of Golden Network is a powerful marker for M6 Group which confirmed and strengthened its affinity with its target audience of young people. Thanks to the continued growth in audience numbers and the reputation of its digital channels, Golden Network has shaken up the digital ecosystem and is positioned as one of the most attractive French networks with more than 57 million videos viewed per month (*source – Tubular, February 2017*).

With powerful brands (Golden Moustache, Rose Carpet, Vloggist, Multiprise), opinion leading talents and a highly engaged audience, Golden Network is able to create powerful communities and cover the entire millennial spectrum (Comedy, Lifestyle, Entertainment). Golden Network houses all its teams in a new 1,200m² production studio in the heart of Paris.

At the end of June 2017, Golden Moustache had 2.8 million subscribers (up 21% year on year) and Rose Carpet had 1.0 million (up 30%).

1.3.2. Production and audiovisual rights ¹

► Cinema market

According to the CNC's estimates, cinema attendance reached 104.9 million admissions over the first six months of the year, recording a decline of 1.8% in comparison with the first half of 2016. The market share held by French films was estimated at 36.3% (38.5% over the first half of 2016) with that of American films at 50.6% (52.6% from January-June 2016).

► Group performance

■ SND

The films distributed by SND achieved 6.3 million admissions against 7.7 million admissions over the first half of 2016. This decline was due to a lighter cinema release schedule with 8 films released in cinemas during the first half-year, against 11 in the first half of 2016.

3 films did however achieve over one million admissions: *La La Land* (2.7 million admissions), *Lion* (1.8 million) and *A bras ouverts* (1.0 million).

The decline in the film distribution activity was partly offset by an increase in international sales in relation to 2016, thanks to the films *A bras ouverts* and *Mes trésors*.

■ M6 Films

The film production subsidiary financed 4 films released in cinemas (*Sahara*, *Rock'n Roll*, *Gangsterdam* and *A bras ouverts*), which recorded a total of 3.8 million admissions, against 3.3 million for 3 films released over the first half of 2016.

¹ The data presented in this section and the next corresponds to the data available on the date this report was prepared. The majority thus does not relate to the full first half of 2017.

■ M6 Créations

M6 Créations' licensing activity declined over the first half of 2017 owing in particular to the termination of the *Mozaïc* deal with Crédit Agricole, which has gradually been replaced by the new *Talent Booster* banking offer, in partnership with Banque Postale.

1.3.3. Diversification

► Distance selling

The report on e-commerce for the first quarter of 2017, published by Fevad (French Federation of Distance Selling Businesses), indicated an increase of 14.2% in online sales, which reached €20.0 billion. This growth was driven by the rise in the number of transactions, which has increased by 20.5% to reach 290 million and has offset the 5% fall in the average value of transactions. Fevad has counted in excess of 206,800 active retail sites, equating to an 11% increase in one year. In this way, monalbumphoto.fr's sales volume increased over the first half of 2017.

The home shopping picture was more mixed. Within a market that remained under pressure, Home Shopping Services' sales volumes fell. They also suffered from the ongoing restructuring of the business following the CSA's refusal of its application to become a free-to-air DTT channel. The Group's 24-hour home shopping channel, M6 Boutique, which has been told it can only broadcast on cable and satellite, has had to adjust its workforce. A employment preservation plan, involving 20 job cuts, has therefore been launched.

In addition, with a range that is currently being renewed and a product seasonality that changed in 2017 in relation to 2016, Best of TV saw a fall in its sales.

► Internet: M6 Group continues its expansion into new media

The French digital advertising market (search, display and other levers) achieved net revenue of €1,813 million over the first half of 2017, an increase of 9.8% in relation to the first half of 2016.

Within this market, digital "display" advertising generated net revenue of €644 million over the 1st half of 2017, an increase of 17.7%. Social networks represented 45% of display revenue this half-year and posted year-on-year growth of 45.9%.

Within this segment, video advertising recorded strong growth of 26%. Net revenue generated in this way stood at €235 million, accounting for 36% of display. In relation to selling methods, 60% of display is now marketed via programming. (Source: *Syndicat des Régies Internet, Observatoire de l'e-Pub – July 2017* – Union of Online Advertising Agencies – Digital Advertising Watchdog, July 2017).

In addition, more than 587 million television videos were viewed online via television channel platforms in March 2017, equating to an average of more than 18.9 million videos viewed every day, a year-on-year increase of 2.4%. In addition, 80.2% of Internet users over the age of 15 surveyed in March 2017 said they had watched programmes via catch-up television over the previous 12 months (Source: *Baromètre TV en ligne CNC – March 2017*).

■ 6play

Very early on, M6 Web undertook to develop services tailored to the new ways of watching television and continues to strengthen its digital presence.

A new and fully personalised version of 6play was rolled out in late 2015 across all screens. The milestone of 17 million registered users was passed in June and the platform recorded a rapidly expanding audience, with an average of almost 4 million videos viewed per day across all screens (source - *Médiamétrie, January – June 2017*). Consequently, catch-up TV advertising revenues



continued to grow, driven by these healthy audience figures as well as by extremely powerful indicators in terms of advertising visibility, brand safety and contextual or data targeting.

■ Portals

A “Portals” division was created following the merger of Oxygem and M6 Web’s historic websites. Many operational synergies have therefore been created. Thanks to the Group’s television channels, the former Oxygem portals have been able to develop their video inventories and optimise their monetisation.

In 2017, the Group passed a further milestone with the merger of IGraal, the French leader in online cashback acquired in November 2016, into the Portals division which enables the Group to strengthen its capacity for innovation in support of online retailers, expand its range of “good deals” for consumers (Radins.com promo codes and price comparison services) and enrich its Data strategy by accessing highly qualified purchasing behaviour data.

However, the number of pages viewed on the Group’s portals fell (down 4% year on year between January and May 2017). The number of videos viewed across all portals grew sharply (up 185%) over the first 5 months of 2017 and stood at €311 million (on websites and social networks).

► Mobile telephony

In line with the development of the mobile phone market, in 2016 Orange and M6 Group jointly decided to gradually transfer M6 mobile by Orange subscribers to equivalent Orange packages. As such, M6 Group will continue to receive payment for managing the subscriber base and trademark licence until 30 June 2019, which will contribute to the Group’s operating profit, including €8.7 million for the first half of 2017.

► Music and events

For the first time since 2002, the recorded music market began to grow again, increasing 5.4%. After an atypical year in 2015, the French market is now in line with the global dynamic of growth resumption. 41% of revenues come from digital consumption, boosted by a significant increase in digital revenues (up 19.5%). One third of the value created in the recorded music market comes from streaming, which grew by 37%. In addition, the physical market, which contracted 2.5% over the year just ended, has stabilised.

Moreover, 70% of market revenues were due to the success of French language production. 18 of the top 20 sales or sale-equivalents (and 35 of the top 50) involved artists produced in France (source: *SNEP, digital and physical market, February 2017*).

Within this context, M6 Group’s Music operations posted a slight increase in revenue over the first six months of 2017. In this way, it accounted for 7 titles in the top 15 physical album sales over the first half-year. The two albums by Kids United, *Un monde meilleur* and *Tout le bonheur du monde*, coproduced by M6 Interactions and released in November 2015 and August 2016 respectively, are still amongst them.

H1 2017 ranking of album sales in France

Ranking	Album	Physical sales
1	Les Enfoirés - Mission Enfoirés	250,366
2	Vianney - Vianney	187,453
3	Ed Sheeran - ÷	137,845
4	Rag'n'Bone Man - Human (Deluxe)	136,562
5	Claudio Capéo - Claudio Capéo	121,432
6	Soprano - L'Everest	117,094
7	M. Pokora - My way	99,245
8	Julien Doré - &	81,234
9	Kids United - Tout le bonheur du monde	Co-produced by M6 Interactions 78,704
10	Depeche Mode - Spirit	75,866
11	Kids United - Un monde meilleur	Co-produced by M6 Interactions 72,240
12	Jul - L'ovni	62,667
13	Lalaland	59,213
14	Amir - Au cœur de moi	58,380
15	M, Toumani Diabaté, Sidiki Diabaté - Lamomali	57 332

Source: H1 2017 ranking of album sales (Syndicat National de l'Edition Phonographique - SNEP)

A sign of this success was the Kids United tour, which began in autumn 2016, and saw an attendance rate of 99.7% with 118,000 people attending over the first half-year. The Events division, which also benefited from the success of *Notre-Dame de Paris*, saw its revenues increase.

On 3 March 2017, M6 Interactions launched Six et Sept, a new music production and publishing label, in association with Pascal Nègre. Six et Sept is an independent label which puts the artist at the heart of its approach. This new label is very much in tune with the new ways of consuming music, i.e. on a human scale, mobile, quick to access and imbued with genuine ambition, with both visual and digital playing a leading role.

► Football

The Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B) ended the 2016-2017 season in 6th place in the French Ligue 1 Championship, allowing it to enter the third qualifying round for the Europa League.

The sporting results and the five-place improvement in the French championship between the 2015/2016 and 2016/2017 seasons had a positive effect on first half revenues.

The first half-year (like the 2nd half of 2016) was also notable for the increase in TV rights resulting from tenders launched in 2014 by the Professional Football League (LFP) for Leagues 1 and 2. Canal+ et beIN Sport are now spending a total amount of €748.5 million per year until the 2019-2020 season (vs. €607 million for the 2015-2016 season).

The growth in revenue was however more than offset, in terms of operating profit, by the almost total absence of any capital gains on player transfers, which had helped the division break even over the 1st half of 2016.

14. Other highlights and significant events since 1 January 2017

► Proposed acquisition of RTL Group's radio operations in France

The final acquisition price of RTL Group's radio operations in France is €199.8 million excluding cash acquired and liabilities assumed, rather than the €216 million estimated in December 2016.

The transaction remains subject to the ongoing information/consultation process involving the relevant employee representative bodies and to approval by the CSA. The Luxembourg Government, as represented by the Government Commissioner, gave its approval on 30 March 2017.

► Agreement between M6 Group and producers

On 2 February 2017, M6 Group, SATEV, SPECT, SPFA, SPI and USPA signed an agreement that reaffirms M6 Group's commitments in the field of audiovisual production. With this agreement, M6 Group and the producer organisations confirmed their desire to work within a climate of confidence with the aim of adapting to the new challenges of the French audiovisual sector and supporting diversity in audiovisual creation.

► Legal and arbitration proceedings

The following facts should be noted in relation to the main judicial and arbitration procedures referred to in the 2016 Registration Document:

The company EDI-TV, a Group subsidiary that runs the channel W9, had applied to the Administrative Court of Montreuil to refer the issue of the compliance of the tax on the advertising broadcast by the television channels with the rights and freedoms enshrined in the Constitution to the Constitutional Council. The Conseil d'État had indeed found that this issue was of a serious nature and that there were grounds to refer it to the Constitutional Council.

By a decision dated 30 March 2017, the Constitutional Council considered that EDI-TV's appeal was well-founded and the words "*or to the advertising networks*", included in the first sentence of Paragraph II of Article 302 bis KG of the French General Tax Code, were declared unconstitutional. It is now for the tax judge to decide on the application procedures relating to the decision.

► Legal and regulatory developments

By a decree published on 17 February 2017, the Government amended Decree n° 92-280 of 27 March 1992 which implemented Articles 27 and 33 of Law n° 86-1067 of 30 September 1986 and set the rules applicable to television broadcasters concerning home shopping, advertising and sponsorship, in order to authorise, amongst the ways of identifying the sponsor, the presentation of its products and services, or reference to its slogan within sponsored programmes.

In addition, several laws enacted over the course of 2016 and which came into force during the first half of 2017 are likely to alter the regulatory framework in which the Group carries out its activity:

- Law n° 2016-1524 dated 14 November 2016, details the rules governing relationships between publishers and their shareholders. This piece of legislation, which widens the remit of the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, notably provides for the drafting of an ethics charter by broadcasters for journalists as well as the introduction of an ethics committee for groups providing information programmes.

- The Law of 14 November 2016 also amended the rules relating to the numbering of channels in the packages offered by distributors of audiovisual services that do not use the frequencies assigned by the CSA. These provisions were supplemented by a consultation by the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel dated 15 February 2017.
- Law n° 2016-1691 of 9 December 2016 relating to transparency, combatting corruption and modernising economic life, known as the "Sapin 2 Law", introduced a set of mechanisms to preventive measures and mechanisms for handling conflicts of interest, under the control of the *Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique* (Supreme Authority for Transparency in Public Life). This law strengthens the transparency requirements in exchanges between representatives of interests and public authorities, and specifically provides for the creation of a digital listing of representatives of interests, held by the *Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique*, whose operating procedures have been specified by Decree n° 2017-867 of 9 May 2017.
- The Amending Finance Act for 2016 published on 30 December 2016 introduces a tax specifically targeting websites providing videos either free of charge or payable. This tax will only come into force after the European Commission has been notified of it and has approved it.
- By consultation dated 24 May 2017, the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel also specified the procedures for the broadcast by television channels of programmes concerning the fight against doping and the protection of people taking part in physical and sporting activities.
- M6 Group was also involved in the public consultation organised by the Ministry of Culture and Communication relating to the amendment of the definition of peak viewing times in order to comply with requirements concerning the broadcast of European cinematographic and original French language works by producers of television services.
- M6 Group also took part in the public consultation on the televised transmission of events of major importance jointly organised by the Ministry of Culture and Communication and the Ministry of Cities, Youth and Sport.

2. CORPORATE GOVERNANCE

2.1. Supervisory Board

At the date of this report, the Supervisory Board of Métropole Télévision comprised twelve members, including 11 individuals and one legal entity. Members of the Supervisory Board are as follows:

- Guillaume de Posch, Chairman,
- Guy de Panafieu, Vice-Chairman,
- Elmar Heggen,
- Christopher Baldelli,
- Vincent de Dorlodot,
- Philippe Delusinne,
- Delphine Arnault, independent member,
- Mouna Sepehri, independent member,
- Gilles Samyn, independent member,
- Sylvie Ouziel, independent member,
- Anke Schäferkordt,
- Immobilière Bayard d'Antin, represented by Catherine Lenoble.

It is specified the AFEP-MEDEF Code, as amended in November 2016, now provides that the status of independent director is lost after a period of 12 years and no longer upon expiry of the term of office. In this regard, the HCGE (Corporate Governance High Committee) specified in its December 2016 guide that this new recommendation would apply from the end of Annual General Meetings held in 2017. Given these factors, since the Annual General Meeting of 26 April 2017, Guy de Panafieu is no longer considered to be independent by the Supervisory Board.

Nevertheless, one third of the members of the Supervisory Board is independent, in accordance with Amendment N°3 to the Agreement between the Company and the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, the Bylaws and the Company's rules of procedure.

► Remuneration and Appointments Committee

At the date of this document, members of the Remuneration and Appointments Committee are as follows:

- Gilles Samyn, Chairman of the Committee,
- Guillaume de Posch.

► Audit Committee

At the date of this document, members of the Audit Committee are as follows:

- Gilles Samyn, Chairman of the Committee,
- Mouna Sepehri,
- Elmar Heggen.

2.2. Executive Board

Given the quality of the executive team and the Company's recurring strong performance, the Supervisory Board of M6 Group decided at its meeting of 21 February 2017 to proceed with the early renewal of the terms of office of the Executive Board, with effect from that date, for a period of three years ending 21 February 2020.

The Executive Board of M6 Group is still comprised of four members:

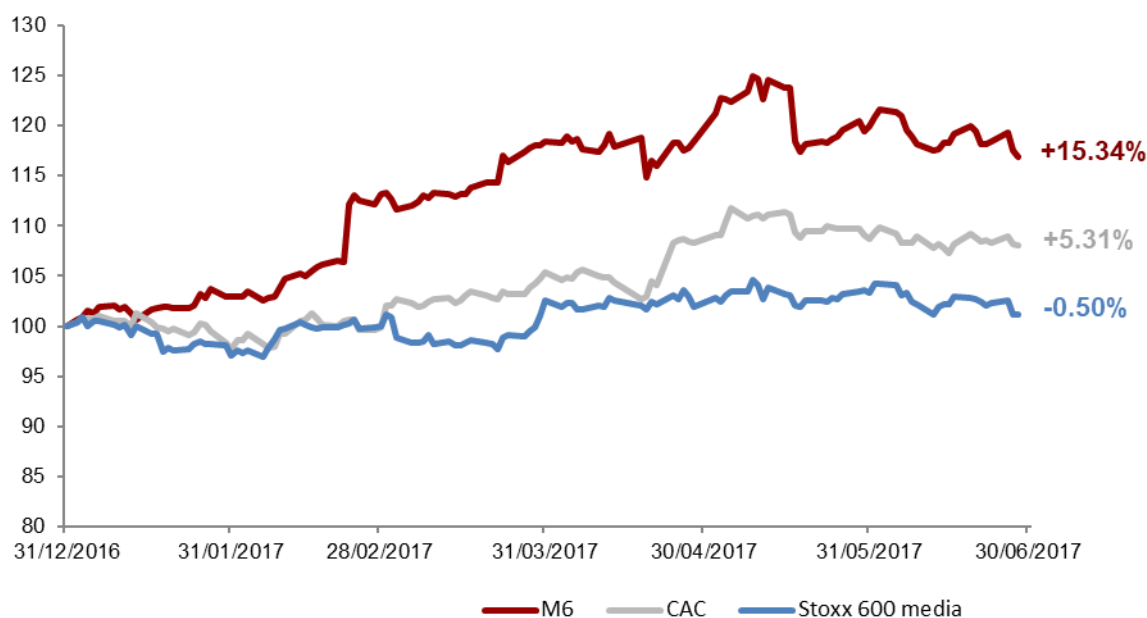
- Nicolas de Tavernost, Chairman,
- Thomas Valentin, Vice-Chairman of the Executive Board in charge of Programmes and Content,
- Jérôme Lefébure, Member of the Executive Board in charge of Finance and Support functions.
- David Larramendy, Member in charge of Sales Activities.

3. SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

The Company had a share capital of €50,565,699.20 at 30 June 2017, comprised of 126,414,248 shares with a par value of €0.40 each.

During the first half of 2017, the M6 share price increased by 15.34% (calculated based on the closing price at 30 December 2016), while the CAC 40 index grew by 5.31% and the Soxx 600 Media index fell by 0.50%.

Change in M6 Métropole TV share price– 1st half-year 2017:



Source: Euronext

4. RISK FACTORS AND MANAGEMENT

4.1. Risks and uncertainties regarding the first half of the year

The Group's main risks and uncertainties are detailed in the 2016 Registration Document filed with the AMF on 9 March 2017 and available on the website www.amf-france.org as well as on the Company's own website www.groupepm6.fr.

The main risk factors identified by the Group and detailed therein are as follows:

- Business risks:
 - o Risks related to the Group's market structure,
 - o Technological developments, changes in use,
 - o Sensitivity to the economic situation,
 - o Adapting the cost structure and increase in prices,
 - o Payment terms risks.
- Market risks:
 - o Foreign exchange risks,
 - o Interest rate risk,
 - o Share risk,
 - o Raw material risk.
- Credit and counterparty risk,
 - o Risk of customer default,
 - o Risk of supplier default,
 - o Banking counterparty risk.
- Liquidity risk
- Legal risks:
 - o Regulatory risks,
 - o Risks relating to intellectual property, freedom of the press and individual's rights,
 - o Risks relating to non-observance of contractual commitments,
 - o Litigation risks,
 - o Legal and arbitration proceedings.
- Major operating risks:
 - o Broadcasting and transmission signal risks,
 - o Risks relating to internal control failure, fraud, IT systems, concentration of purchases,
 - o Industrial and environmental risks.

The financial risks arising from all the matters in progress were estimated prudently and provided for where required in the financial statements of the Group.

To the knowledge of the company, no other significant events have occurred in the first half of 2017 that are likely to have or have had a significant impact on the financial position, financial performance, activities and assets of the Company or the Group.

Lastly, no event that has occurred since 1 January 2017, excluding the items already mentioned in Section 1 - Group Operations and Markets, has altered the description of the main risks and uncertainties as provided in the 2016 Registration Document.

4.2. Risks and uncertainties regarding the second half of the year

The Group's business is in part subject to seasonal fluctuations, the general principles of which are detailed in Note 5 to the condensed consolidated half-year financial statements.

More specifically, in respect of the 2017 financial year, the following items may be added:

- M6 Group expects a stable TV advertising market over 2017.
Over the second half of the year, it will pursue its policy of investing in its viewing schedules in order to continue improving its audience figures and market share.
- The results of the channels are exposed both to the uncertainty of their advertising revenue and to a seasonal effect on programming costs, connected with the introduction in September each year of new programmes for the 2017-2018 season.
M6 Group has stated that, over the 2017 financial year, the cost of programmes of the free-to-air channels may be stable in comparison with 2016, taking into account the costs of Euro 2016.
- Given its cost structure, the uncertainty of sport and uncertainties associated with potential transfers of players, the Group is not currently in a position to accurately state the level of F.C.G.B.'s profit or loss for 2017.

In conclusion, the Group wishes to repeat that, due to the traditional seasonality of its business and uncertainties linked to the current economic environment, the level of EBITA for the half-year to 30 June 2017 should not be used as a base to estimate this same indicator for the full financial year.

5. HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

5.1 Consolidated statement of comprehensive income

► Summary presentation ²

(€ millions) ¹

	30-Jun-17	30-Jun-16	30-Jun-15	% change 17/16	% change 17/15
Consolidated revenue	662.4	645.5	629.9	+2.6%	+5.2%
Group advertising revenue	445.3	427.1	405.6	+4.2%	+9.8%
- of which free-to-air channels advertising revenue	413.8	398.8	381.0	+3.8%	+8.6%
- of which cab-sat channels and other media advertising revenue	31.4	28.3	24.6	+11.1%	+28.0%
Non-advertising revenue	217.1	218.3	224.4	-0.6%	-3.2%
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)	118.7	136.0	102.6	-12.7%	+15.7%
Consolidated profit from recurring operations (EBITA) - excl. net impact of M6 mobile compensation	118.7	93.4	102.6	+27.1%	+15.7%
Operating income and expenses related to business combinations	(1.0)	(0.5)	(0.5)	n.a	n.a
Operating profit (EBIT) - continuing operations	117.7	135.4	102.0	-13.1%	+15.3%
Net financial income/(expense)	(0.8)	0.1	0.4	n.a	n.a
Share of profit of associates	1.0	0.9	0.9	+7.0%	+10.4%
Deferred and current taxes	(48.7)	(52.9)	(45.0)	-7.9%	+8.3%
Net profit for the period	69.1	83.5	58.3	-17.2%	+18.4%
Net profit for the period - Group share	69.1	83.5	58.3	-17.3%	+18.6%

Over the first half of the 2017 financial year, M6 Group recorded consolidated revenue of €662.4 million, an increase of 2.6% in comparison with the first half of 2016, driven by the growth in advertising revenues (up 4.2%).

After a first half of 2016 notable for both the broadcast of Euro 2016 and the receipt of contractual compensation linked to the gradual termination of the M6 mobile by Orange contract, the Group generated €118.7 million in profit from recurring operations (EBITA) over the first six months of 2017. EBITA was therefore up €25.3 million in comparison with EBITA for the first six months of 2016 restated for the non-recurring operating income of €42.6 million corresponding to the net impact of the M6 mobile compensation. This growth in Television activities reflects solid advertising performances and a reduction in the cost of programmes.

The tax charge totalled €48.7 million, down €4.2 million year on year.

Net profit was €69.1 million, representing a net margin of 10.4%.

² The financial information is aimed at disclosing the breakdown of consolidated revenue between advertising and non-advertising. The Group advertising revenue include M6, W9 and 6ter (FTA channels) advertising revenue, the share of advertising revenue of pay channels and the share of advertising revenue generated by diversification activities (mainly Internet).

Profit from recurring operations, or EBITA, is defined as operating profit (EBIT) before operating income and expenses from business combinations and capital gains on the disposal of financial assets and subsidiaries.



Growth by segment was as follows:

	Q1			Q2			H1		
(€ millions)	2017	2016	%	2017	2016	%	2017	2016	%
TV	211.8	201.0	+5.4%	235.9	228.5	+3.3%	447.7	429.5	+4.2%
Production & Audiovisual Rights	31.5	30.5	+3.5%	20.8	25.0	-16.7%	52.3	55.5	-5.6%
Diversification	80.3	80.2	+0.1%	81.9	80.1	+2.3%	162.2	160.3	+1.2%
Other revenue	0.1	0.1	n.a	0.1	0.1	n.a	0.2	0.2	n.a
Consolidated revenue	323.7	311.8	+3.8%	338.7	333.7	+1.5%	662.4	645.5	+2.6%
TV							101.4	69.6	+45.7%
Production & Audiovisual Rights							3.7	5.0	-27.5%
Diversification							17.1	70.6	-75.8%
Unallocated revenues							(3.5)	(9.2)	n.a
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)							118.7	136.0	-12.7%

► Television

Within an environment characterised by continuing fragmentation and an eventful political scene, which does not favour viewing of its main channel, M6 Group's family of free-to-air channels achieved a stable year-to-year average audience share of 13.8% in the 4+ years old category (source - *Médiamétrie*), and of 21.8% for the commercial target of women under 50 responsible for purchases (up 0.1 pp in relation to the first half of 2016):

- The M6 channel retained its second placed ranking amongst the under 50s throughout the entire day, thanks in particular to the relevance of its range of programmes in strategic slots, and was marked by:
 - ✓ The effectiveness of its access primetime viewing schedule (*Les Reines du Shopping*, *Chasseurs d'appart*, *Le 19'45* and *Scènes de ménages*) which allowed it to confirm its position as leader in the 6pm-9pm weekday slot on the commercial target (source - *Médiamétrie*),
 - ✓ The strength of its event programming in the evening (*L'amour est dans le pré*, *A l'état sauvage*, *Top Chef*, *Le meilleur pâtissier*, etc.) which enabled it to close the gap on its main rival on the commercial target (source - *Médiamétrie*, 9pm-10.30pm time slot). Within this slot, M6's audience share now stands at 64% of TF1's.
- W9 maintained its ranking as one of the top three DTT channels on the commercial target (WRP<50), with an audience share of 4.1%, an increase of 0.4 points, thanks to both the very good performances of its reality TV programmes in access primetime (*Les Marseillais South America* and *Moundir & les apprentis aventuriers*) and the relevance of its evening programming (films, documentaries, magazines).
- 6ter remained the top new generation DTT channel on the commercial target, with a 2.5% audience share, a year-on-year increase of 0.3 points over the six months.

Within an advertising market whose visibility remains uncertain, M6 Group managed to monetise its strong audience figures and saw the advertising revenues from its free-to-air channels rise by 3.8% (up €15 million), including by 2.2% over the 2nd quarter, despite a challenging comparison base since the 2nd quarter of 2016 was notable for the broadcast of Euro 2016.

The TV division thus contributed €101.4 million to consolidated EBITA, against €69.6 million for the six months to 30 June 2016. With a scheduling cost of €221.1 million for the free-to-air channels (down €11.4 million), marked by the reinvestment of part of the cost of broadcasting Euro 2016, the Group's margin from recurring operations for its core business was high at 22.6%.



► Production and audiovisual rights

In the first half of 2017, revenue from Production and Audiovisual Rights operations totalled €52.3 million, down 5.6% year on year, due to a less busy cinema release schedule (8 films released in cinemas by SND, vs. 11 films in the first half of 2016), and marked by the success of *La La Land* (2.7 million admissions), *Lion* (1.8 million) and *A bras ouverts* (1.0 million).

The first half-year was also notable for the release of 4 films financed by M6 Films (including *Sahara*, *Rock'n Roll*, and *Gangsterdam*) recording a combined 3.8 million cinema admissions.

EBITA was €3.7 million, compared with €5.0 million for the first half of 2016.

► Diversification

During the first half of 2017, Diversification revenue totalled €162.2 million (up 1.2%), with a contribution to EBITA of €17.1 million, representing operating profitability of 10.6%. Over the course of the half-year,

- Ventadis continued to restructure its home shopping activity;
- M6 Web excluding M6 mobile integrated iGraal, a cashback company acquired in November 2016, and recorded strong growth in its advertising revenues from online video. The platform 6play now has more than 17 million registered users, with an audience that remains strong and almost 4 million videos viewed per day across all screens (11% growth year-on-year, source - Médiamétrie, January to June);
- F.C.G.B ended the French League 1 Championship in 6th place (compared with 11th in the 2015/2016 season).

► Eliminations and unallocated items

Unallocated expenses fell €5.7 million, having increased in 2016 as a result of the impact of the M6 mobile compensation on the Group's employee saving scheme.

5.2. Consolidated statement of financial position

M6 Group	31 December 2016	30 June 2017	H1 2017 / 2016 change (€ m)
Goodwill	101.5	100.9	(0.7)
Non-current assets	304.7	292.3	(12.4)
Current assets	680.6	768.6	87.9
Cash and cash equivalents	174.4	61.1	(113.3)
TOTAL ASSETS	1,261.3	1,222.8	(38.4)
Group share of equity	616.3	575.8	(40.5)
Non-controlling interests	(0.1)	(0.0)	0.0
Non-current liabilities	52.4	54.1	1.8
Current liabilities	592.7	593.0	0.3
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	1,261.3	1,222.8	(38.4)

At 30 June 2017, total assets were €1,222.8 million, a decrease of €38.4 million (down 3.0%) compared with 31 December 2016.

Non-current assets totalled €393.2 million, compared with €406.2 million at 31 December 2016.

This €13.0 million decline primarily reflects:

- the reduction in audiovisual rights and other intangible assets (down €7.9 million).
- the decrease in deferred tax assets (down €4.4 million).

Current assets, excluding cash and cash equivalents, amounted to €768.6 million, a marked increase of €87.9 million (up 12.9%) compared with 31 December 2016.

The increase in net trade receivables (up €55.1 million, namely 22.8%) explains the majority of the change, as is the case every year during the first half-year (up €59.6 million in the first half of 2016) due to business seasonality.

The increase in inventories of broadcasting rights (up €33.3 million) driven by the strong growth in the opening of rights related to “52’ series” and the fall in other current assets (down €7.5 million), are the two main changes recorded under other current assets.

Cash and cash equivalents amounted to €61.1 million, down €113.3 million compared with 31 December 2016 (see comments on the consolidated cash flow statement).

The Group share of equity totalled €575.8 million.



The €40.5 million decrease since the 2016 year-end was primarily attributable to:

- the payment of dividends of €108.6 million;
- the Group share of net profit for the first half of 2017, totalling €69.1 million.

Other liability items (current and non-current liabilities) were €647.1 million compared with €645.1 million at 31 December 2016.

This stability reflects both:

- the increase in other operating liabilities (up €12.3 million);
- and the fall in tax and social security liabilities (down €11.1 million), resulting from the change in liabilities on variable remuneration and on the employee savings scheme in connection with the contractual compensation received from Orange over the first six months of 2016.

5.3. Consolidated cash flow statement

M6 Group	30 June 2016	30 June 2017	Change (€ m)
Self-financing capacity from operations	191.3	175.5	(15.8)
Operating WCR movements	(54.5)	(84.9)	(30.4)
Income tax	(33.8)	(50.6)	(16.8)
Cash flow from operating activities	103.1	40.0	(63.1)
Cash flow from investment activities	(78.5)	(44.9)	33.7
<i>Recurring items</i>	(78.5)	(46.7)	31.8
<i>Non-recurring items</i>	-	1.9	1.9
Cash flow from financing activities	(110.0)	(108.4)	1.6
<i>Recurring items</i>	(107.9)	(107.6)	0.3
<i>Non-recurring items</i>	(2.1)	(0.8)	1.3
Translation effect on cash and cash equivalents	(0.0)	(0.1)	(0.1)
Net change in cash and cash equivalents	(85.5)	(113.3)	
Cash and cash equivalents - opening balance	175.8	174.4	(1.3)
Cash and cash equivalents - closing balance	90.3	61.1	(29.2)
<i>Net cash and cash equivalents - closing balance</i>	<i>91.6</i>	<i>63.6</i>	<i>(28.0)</i>

Cash flow from operating activities totalled €40.0 million for the half-year to 30 June 2017, significantly lower than the level recorded for the six months to 30 June 2016 (€103.1 million).

This €63.1 million decrease resulted from the following developments:

- The decline in self-financing capacity before tax generated by the Group (down €15.8 million to €175.5 million), primarily reflecting the fall in EBIT (down €17.8 million);
- The change in working capital requirements ("WCR"), excluding tax receivables and liabilities, which resulted in a cash outflow of €84.9 million, compared with an outflow of €54.5 million in the first six months of 2016;
- A higher tax payment taking into account the payment of outstanding tax and tax instalments over the 2nd quarter of 2017 (up €16.8 million).



Over the first six months of 2017, cash flow applied to investments used up cash resources of €44.9 million, while €78.5 million had been used up in the first half of 2016.

This decline in cash and cash equivalents used primarily reflects the fall in investments related to acquisitions of audiovisual rights by SND and SNDA (down €33.2 million).

Cash flow resulting from financing activities was stable and represented an outflow of €108.4 million compared with €110.0 million in the first half of 2016.

The first half of the year thus resulted in a €113.3 million decline in cash and cash equivalents compared with 31 December of the previous financial year, as against an €85.5 million reduction noted in the first half of 2016.

Cash and cash equivalents totalled €61.1 million at 30 June 2017, compared with €90.3 million at 30 June 2016.

The Group's net cash position was €63.6 million at 30 June 2017.

5.4. Related parties

Information concerning transactions with related parties is detailed in Note 23 to the condensed consolidated half-year financial statements.

5.5. Post-balance sheet events

► Licence renewal procedure for the channel M6

M6 has had a licence to broadcast in high definition since 2008, granted for a period of ten years, which the Conseil Supérieur de l'Audiovisuel decided to renew for an additional 5 years on 19 October 2016, without a tendering process, under the conditions set out in Article 28-1 of the Law of 30 September 1986. The Group was interviewed on 16 November 2016 by the Conseil which, in a ruling dated 19 July 2017, decided to extend the licence until 5 May 2023.

On 20 July 2017, M6 Group concluded the acquisition of FIDELITE FILMS, a company that holds a catalogue of 42 feature films, including *Astérix and Obélix: God Save Britannia*, *Le petit Nicolas*, *Les Vacances du petit Nicolas* and *De l'autre côté du lit*.

With this targeted acquisition, M6 Group continues to consolidate its audiovisual rights distribution activities by adding to its catalogue, which now includes almost 1,300 feature films.

To the best of the Company's knowledge, no other significant event has occurred since 1 July 2017 that is likely to have or to have had in the recent past a significant effect on the Company's or Group's financial position, financial performance, operations and assets.

5.6. Segment information

Television

(€ millions)	30/06/2017			30/06/2016			2017/2016 change		
	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA
Total TV division	456.2	447.7	101.4	438.9	429.5	69.6	17.4	18.2	31.8

Production and audiovisual rights

(€ millions)	30/06/2017			30/06/2016			2017/2016 change		
	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA
Total Production & Audiovisual Rights	56.1	52.3	3.7	63.7	55.5	5.0	(7.6)	(3.1)	(1.4)

Diversification

(€ millions)	30/06/2017			30/06/2016			2017/2016 change		
	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA	Business segment total revenues	External revenues	EBITA
Interactions	8.9	7.9	2.6	5.1	4.2	2.2	3.9	3.7	0.4
Ventadis	67.5	65.1	2.0	79.5	76.0	3.9	(12.0)	(10.9)	(1.9)
M6 Web	54.5	53.2	16.6	50.3	49.2	64.2	4.2	4.0	(47.6)
F.C.G.B.	36.2	36.0	(4.1)	31.2	31.0	0.3	5.0	5.0	(4.4)
Intra-segment eliminations	(3.8)	-	-	(4.8)	-	-	0.9	-	-
Total Diversification	163.3	162.2	17.1	161.2	160.3	70.6	2.0	1.8	(53.5)

5.7. Free-to-air TV: gross margin on programming

(€ millions)	30/06/2017	30/06/2016	2017/2016 change	
			€ millions	%
External advertising revenue	413.8	398.8	15.0	3.8%
Intra-group advertising revenue	3.9	4.6	(0.7)	-15.6%
Advertising agency costs, operating taxes and broadcasting costs	(90.2)	(91.4)	1.1	-1.2%
Free-to-air net revenue	327.5	312.0	15.4	4.9%
Programming costs	(221.1)	(232.6)	11.4	-4.9%
Gross margin on programming	106.3	79.5	26.8	33.8%
%	32.5%	25.5%		

6. FINANCIAL STATEMENTS AND RELATED NOTES



MÉTROPOLE TÉLÉVISION (M6)

SOCIÉTÉ ANONYME À DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE AU CAPITAL DE

50 565 699,20 €

SIÈGE SOCIAL : 89 AVENUE CHARLES DE GAULLE – 92575 NEUILLY-SUR-SEINE CEDEX

339 012 452 RCS NANTERRE

Comptes consolidés semestriels condensés au 30/06/2017



A. Etats financiers condensés au 30/06/2017	34
1. Etat de la situation financière consolidée	34
2. Etat du résultat global consolidé	35
3. Tableau de flux de trésorerie consolidés	36
4. Etat de variation des capitaux propres consolidés	37
B. Notes annexes aux comptes consolidés condensés	38
1. Faits marquants du semestre	38
2. Informations sur l'entreprise	38
3. Préparation et présentation des états financiers consolidés	38
4. Changements de méthode	40
5. Saisonnalité	40
6. Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation	40
7. Informations sectorielles	41
8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles	43
9. Rémunérations en actions	44
10. Résultat financier	45
11. Impôt sur le résultat	45
12. Résultat par action	46
13. Dividendes	47
14. Immobilisations incorporelles	47
15. Goodwill	48
16. Immobilisations corporelles	49
17. Stocks	49
18. Participations dans les coentreprises et entreprises associées	49
19. Instruments financiers	50
20. Actions composant le capital de Métropole Télévision	53
21. Provisions	53
22. Actifs / passifs éventuels	55
23. Parties liées	57
24. Evénements post clôture	57

A. Etats financiers condensés au 30/06/2017

1. Etat de la situation financière consolidée

ACTIF

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2017	31/12/2016 ⁽¹⁾
Goodwill	15	100,9	101,5
Droits audiovisuels	14	73,8	76,1
Autres immobilisations incorporelles	14	56,5	62,1
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		231,2	239,8
Terrains	16	19,3	19,3
Constructions	16	70,5	72,7
Autres immobilisations corporelles	16	24,9	23,2
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		114,6	115,2
Actifs financiers disponibles à la vente	19.1	1,0	0,4
Autres actifs financiers non courants	19.1	4,2	4,3
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	18	9,5	9,1
ACTIFS FINANCIERS		14,6	13,8
Autres actifs non courants	19.1	17,9	18,2
Actifs d'impôts différés		14,8	19,2
ACTIF NON COURANT		393,2	406,2
Stocks de droits de diffusion	17	270,9	237,6
Autres stocks	17	17,0	12,7
Créances clients nettes	19.1	296,6	241,5
Impôts courants		4,8	1,2
Instruments financiers dérivés	19.1	-	0,4
Autres actifs financiers courants	19.1	-	0,4
Autres actifs courants	19.1	179,2	186,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	19.1	61,1	174,4
ACTIF COURANT		829,7	855,1
TOTAL ACTIF		1 222,8	1 261,3

PASSIF

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2017	31/12/2016
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(7,5)	(7,3)
Réserves consolidées		466,4	418,4
Autres réserves		(10,4)	(5,8)
Résultat part du Groupe		69,1	152,7
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		575,8	616,3
Intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,1)
CAPITAUX PROPRES	20	575,7	616,2
Provisions	21	13,8	13,4
Dettes financières	19.2	1,2	1,3
Autres passifs financiers	19.2	39,1	32,7
Autres dettes	19.2	-	0,7
Passifs d'impôts différés		-	4,3
PASSIF NON COURANT		54,1	52,4
Provisions	21	80,2	77,9
Dettes financières	19.2	0,2	0,6
Instruments financiers dérivés	19.2	0,2	-
Autres passifs financiers	19.2	8,9	9,3
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	19.2	367,2	364,4
Autres dettes d'exploitation	19.2	35,8	23,5
Impôts courants		1,0	6,0
Dettes fiscales et sociales	19.2	82,4	93,5
Dettes sur immobilisations	19.2	17,1	17,4
PASSIF COURANT		593,0	592,7
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 222,8	1 261,3

⁽¹⁾ L'écart par rapport aux comptes publiés au 31 décembre 2016 correspond au reclassement des coproductions et des avances et acomptes versés sur coproductions de 33,0 M€ d'autres immobilisations incorporelles à droits audiovisuels.

2. Etat du résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2017 6 mois	30/06/2016 6 mois
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE			
Chiffre d'affaires	7	662,4	645,5
Autres produits opérationnels	8.1	4,9	69,9
Total des produits opérationnels		667,3	715,4
Consommations et autres charges opérationnelles	8.2	(336,8)	(344,6)
Charges de personnel (yc participation)		(125,9)	(132,9)
Impôts, taxes et versements assimilés		(33,6)	(31,9)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	8.3	(53,3)	(70,5)
Perte de valeur des actifs non amortissables		-	-
Total des charges opérationnelles		(549,6)	(579,9)
Plus-value sur cessions d'immobilisations		-	-
Résultat opérationnel		117,7	135,4
Produits de la trésorerie		0,3	0,4
Coût de l'endettement		-	(0,1)
Réévaluation des instruments dérivés		(0,2)	-
Plus-values de cession des actifs financiers disponibles à la vente		-	-
Autres éléments financiers		(0,9)	(0,2)
Résultat financier	10	(0,8)	0,1
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	18	1,0	0,9
Résultat courant avant impôt		117,8	136,4
Impôt sur le résultat	11	(48,7)	(52,9)
Résultat net des activités poursuivies		69,1	83,5
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées		-	-
Résultat net de la période		69,1	83,5
attribuable au Groupe	12	69,1	83,5
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)
Résultat part du Groupe par action (en euros)	12	0,548	0,661
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	0,548	0,661
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	12	0,544	0,657
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	0,544	0,657
RESULTAT GLOBAL CONSOLIDE			
Résultat net consolidé		69,1	83,5
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		(6,8)	1,9
Variation des écarts de conversion		(0,1)	(0,0)
Impôts sur les éléments recyclables		2,3	(0,7)
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels			(0,7)
Impôts sur les éléments non recyclables		(0,1)	0,2
Autres éléments du résultat global		(4,6)	0,7
Résultat global de la période		64,5	84,2
attribuable au Groupe		64,5	84,2
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2017	30/06/2016
Résultat opérationnel des activités poursuivies		117,7	135,4
Amortissements et provisions hors actifs circulants		54,2	67,5
Plus-values et moins-values de cession		(0,7)	(15,0)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		4,2	2,8
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		175,4	190,7
Produits perçus de la trésorerie		0,2	0,7
Intérêts payés		(0,1)	(0,1)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPOT		175,5	191,3
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	17	(37,7)	(29,5)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	19	(48,9)	(46,4)
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	19	1,7	21,3
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT		(84,9)	(54,5)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(50,6)	(33,8)
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES OPERATIONNELLES		40,0	103,1
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	14	(42,6)	(80,7)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	16	(5,6)	(5,2)
Acquisitions d'immobilisations financières	19	(1,6)	(0,1)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales et d'activités		-	-
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		-	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	14 / 16	4,8	7,6
Cessions ou réductions d'immobilisations financières		0,1	(0,1)
Dividendes reçus		-	-
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		(44,9)	(78,5)
Opérations de financement			
Augmentation / réduction de capital		-	-
Actifs financiers		0,1	(0,1)
Passifs financiers		(0,6)	(0,4)
Produits des exercices de stock-options		-	-
Acquisitions et cessions d'actions propres		(0,8)	(2,1)
Dividendes versés	13	(107,1)	(107,4)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		(108,4)	(110,0)
Effet des écarts de conversion de trésorerie		(0,1)	(0,0)
VARIATION GLOBALE DE TRESORERIE	19	(113,3)	(85,5)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		174,4	175,8
TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE A LA CLOTURE		61,1	90,3

4. Etat de variation des capitaux propres consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>Nombre d'actions (en milliers)</i>	<i>Capital social</i>	<i>Prime d'émission</i>	<i>Actions propres</i>	<i>Réserves consolidées Résultat Groupe</i>	<i>Variations des justes valeurs Ecart de conversion</i>	<i>Capitaux propres part du Groupe</i>	<i>Intérêts non contrôlants</i>	<i>Capitaux propres</i>
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2016	126 414,2	50,6	7,6	(2,2)	540,6	(12,6)	583,9	(0,3)	583,7
Variation de la valeur des instruments dérivés						1,2	1,2		1,2
Variation de la valeur des actifs disponibles à la vente						-	-		-
Pertes et gains actuariels					(0,5)		(0,5)		(0,5)
Ecart de conversion						(0,0)	(0,0)		(0,0)
<i>Autres éléments du résultat</i>		-	-	-	(0,5)	1,2	0,7	-	0,7
Résultat de la période					83,5		83,5	(0,0)	83,5
Résultat global total de la période		-	-	-	83,0	1,2	84,2	(0,0)	84,2
Dividendes distribués					(107,7)		(107,7)		(107,7)
Variations de capital de l'entreprise consolidante							-		-
Acquisitions/Cessions d'actions propres				0,0	(1,4)		(1,4)		(1,4)
Total des transactions actionnaires		-	-	0,0	(109,1)	-	(109,1)	-	(109,1)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					2,8		2,8		2,8
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites					0,0		0,0		0,0
Autres mouvements							-		-
SITUATION AU 30 JUIN 2016	126 414,2	50,6	7,6	(2,2)	517,3	(11,4)	561,9	(0,3)	561,6
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2017	126 414,2	50,6	7,6	(7,3)	571,2	(5,8)	616,3	(0,1)	616,2
Variation de la valeur des instruments dérivés						(4,5)	(4,5)		(4,5)
Variation de la valeur des actifs disponibles à la vente						-	-		-
Pertes et gains actuariels					(0,1)		(0,1)		(0,1)
Ecart de conversion						(0,1)	(0,1)		(0,1)
<i>Autres éléments du résultat</i>		-	-	-	(0,1)	(4,6)	(4,6)	-	(4,6)
Résultat de la période					69,1		69,1	-	69,1
Résultat global total de la période		-	-	-	69,0	(4,6)	64,5	-	64,5
Dividendes distribués					(108,6)		(108,6)		(108,6)
Variations de capital de l'entreprise consolidante							-		-
Acquisitions/Cessions d'actions propres				(0,2)	(0,4)		(0,6)		(0,6)
Total des transactions actionnaires		-	-	(0,2)	(108,9)	-	(109,1)	-	(109,1)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					4,2		4,2		4,2
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites					-		-		-
Autres mouvements					-		-	0,0	0,0
SITUATION AU 30 JUIN 2017	126 414,2	50,6	7,6	(7,5)	535,5	(10,4)	575,8	(0,0)	575,7

B. Notes annexes aux comptes consolidés condensés

Sauf indication contraire, tous les montants cités dans l'annexe sont libellés en millions d'euros.

1. Faits marquants du semestre

Le 28 mars 2017, le Groupe M6 a acquis, à travers M6 Interactions, sa filiale dédiée à l'entertainment, 49 % du capital de Six et Sept, nouvelle société de production et d'édition musicales.

Le 23 mai 2017, le Groupe M6 a annoncé le prix définitif d'acquisition des activités radio de RTL Group en France qui s'établit à 199,8 M€ hors trésorerie/dette, contre 216 M€ estimés en décembre 2016.

L'opération reste conditionnée à l'issue de la procédure en cours d'information-consultation des instances représentatives du personnel concernées, et à l'approbation du CSA. Le Gouvernement luxembourgeois, par la voix du Commissaire du Gouvernement, a pour sa part donné son accord le 30 mars 2017.

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2017 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 24 juillet 2017 et examinés par le Conseil de Surveillance du 25 juillet 2017. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

Métropole Télévision est une société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, domiciliée au 89, avenue Charles de Gaulle, à Neuilly-sur-Seine en France. Elle est cotée à Paris sur le compartiment A d'Euronext (code ISIN FR0000053225). Elle est en outre consolidée suivant la méthode de l'intégration globale par le Groupe RTL, coté sur les marchés de Bruxelles, de Luxembourg et de Francfort.

3. Préparation et présentation des états financiers consolidés

DECLARATION DE CONFORMITE ET BASES DE PREPARATION

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2017 ont été préparés en conformité avec IAS 34 - *Information financière intermédiaire* et sur la base d'états financiers condensés conformes aux normes IFRS en vigueur au sein de l'Union Européenne.

Le référentiel IFRS adopté dans l'Union Européenne au 30 juin 2017 est disponible à la rubrique Normes et interprétations IAS/IFRS, SIC et IFRIC adoptées par la Commission sur le site suivant : http://ec.europa.eu/finance/accounting/index_fr.htm.

Les comptes semestriels n'incluent donc pas l'intégralité des informations nécessaires à l'établissement de comptes annuels. Ils doivent être lus conjointement avec les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2016.

REGLES ET METHODES COMPTABLES

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2017 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2016, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2017.

NOUVELLES NORMES, AMENDEMENTS ET INTERPRETATIONS EN VIGUEUR AU SEIN DE L'UNION EUROPEENNE ET D'APPLICATION OBLIGATOIRE POUR LES EXERCICES OUVERTS AU 1^{ER} JANVIER 2017

L'Union Européenne n'a pas approuvé de nouvelles normes, amendements ou interprétations sur le 1^{er} semestre 2017.



APPLICATION DE NOUVELLES NORMES PAR ANTICIPATION DE LEUR DATE D'APPLICATION OBLIGATOIRE

Le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée des textes suivants dont la date d'application obligatoire est postérieure au 1^{er} janvier 2017 :

- IFRS 9 – *Instruments financiers*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRS 15 – *Produits provenant des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018.

L'analyse des conséquences pour le Groupe de la première application de ces normes est en cours. S'agissant d'IFRS 15 – *Produits provenant des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients*, et notamment des nouvelles règles concernant la date et le rythme de reconnaissance des revenus, le Groupe finalise son analyse et n'anticipe pas d'impacts significatifs sur la mesure de ses performances financières.

Le Groupe n'attend pas non plus d'impact matériel de la première application des autres textes sur ses situations et performances financières.

NORMES PUBLIEES PAR L'IASB MAIS NON ENCORE APPROUVEES PAR L'UNION EUROPEENNE

Le Groupe pourrait être concerné par :

- IFRS 16 – *Contrats de location*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019 ;
- Amendements à IFRS 10 et IAS 28 – *Vente ou apport d'actifs entre un investisseur et une entreprise associée ou une coentreprise* ;
- Amendements à IAS 12 – *Comptabilisation d'actifs d'impôt différé au titre de pertes latentes*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2017 ;
- Amendement à IAS 7 – *Initiative concernant les informations à fournir*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2017 ;
- Clarifications d'IFRS 15 – *Produits provenant des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- Amendements à IFRS 2 – *Classification et évaluation des transactions dont le paiement est fondé sur des actions*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- Améliorations annuelles des IFRS (cycle 2014-2016), applicables aux exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRIC 22, *Transactions en devises étrangères*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRIC 23, *Incertitude relative aux traitements fiscaux*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019.

L'analyse des conséquences pour le Groupe de la première application de ces normes est en cours également. A l'exception d'IFRS 16, cette dernière ne devrait pas avoir d'effet matériel sur les situations et performances financières du Groupe.

4. Changements de méthode

Le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables au 1^{er} semestre 2017.

5. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité et il en résulte généralement un résultat net consolidé du premier semestre supérieur à celui enregistré sur le second semestre.

Notamment, les chaînes pâtissent au cours du second semestre à la fois d'un niveau moindre des recettes publicitaires durant les mois d'été et d'une augmentation des coûts liés aux programmes au moment de la rentrée de septembre et des fêtes de fin d'année. Cette saisonnalité peut cependant être significativement modifiée dans le cas où un ou des événements ponctuels pesant sur le coût des programmes (événements sportifs majeurs par exemple) sont diffusés au cours du premier semestre.

Les activités du pôle Ventadis sont marquées par une saisonnalité forte avec un accroissement du chiffre d'affaires et du résultat au second semestre, porté par les ventes réalisées dans le contexte des fêtes de fin d'année.

Le résultat du FC Girondins de Bordeaux est fortement corrélé à la participation et au succès du club dans les compétitions à éliminations (coupes nationales, compétitions européennes) et à la cession de joueurs. Le premier semestre est ainsi généralement meilleur que le second, la prime de classement liée à la performance du club en Ligue 1 (championnat de France) étant reconnue au cours du second semestre de la saison sportive qui correspond au premier semestre de l'année civile et de l'exercice du Groupe.

Les autres activités du Groupe sont moins affectées par des effets de saisonnalité.

6. Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation

Le périmètre de consolidation du Groupe a évolué de la façon suivante au cours du 1^{er} semestre 2017 :

- fusion de la société Oxygem dans la société M6 Web au 1^{er} janvier 2017 ;
- transfert de l'activité Multi Channel Network de la société M6 Web à la société GM6 (renommée Golden Network).

Au cours de l'exercice 2016, le Groupe avait acquis 51 % du capital de la société iGraal. Le goodwill provisoire s'établit à 10,3 M€ au 30 juin 2017.

7. Informations sectorielles

Les secteurs opérationnels du Groupe sont ceux sur lesquels est basé le reporting de gestion interne établi mensuellement et communiqué au principal décideur opérationnel, le Directoire, ainsi qu'aux autres décisionnaires opérationnels, les dirigeants des filiales ou directions du Groupe.

Les indicateurs de performance plus particulièrement suivis sont le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant (EBITA), qui se définit comme le résultat opérationnel avant prise en compte des produits et charges liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession de filiales et participations. Sont également analysés régulièrement les capitaux employés et les investissements réalisés par secteur afin d'apprécier la rentabilité des ressources allouées à ces derniers et de décider de la politique d'investissement future.

Le Groupe a adapté au cours des dernières années son organisation opérationnelle en fonction des marchés sur lesquels il exerce ses différents métiers :

- la diffusion TV, par un renforcement de la mutualisation entre les différentes chaînes du Groupe (acquisitions, technique, diffusion, etc...) ;
- la production et la distribution de droits audiovisuels, pour renforcer l'accès du Groupe aux contenus ;
- les diversifications, par lesquelles le Groupe innove et développe des activités complémentaires et utilisatrices du media TV.

Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'attribution d'actions gratuites, au résultat des sociétés immobilières et sociétés sans activité et à des retraitements de consolidation non alloués et correspondant essentiellement à l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés.

Par ailleurs, le Groupe a procédé au 1^{er} semestre 2017 à quelques aménagements mineurs dans la composition de ses secteurs opérationnels :

- le développement de l'activité Network (1^{er} studio digital entièrement dédié à la création de contenus pour les Millennials) de la société GM6 a conduit le Groupe à reclasser cette société du secteur « Diversifications » au secteur « Télévision » ;
- la société M6 Editions a été reclassée du secteur « Production et Droits audiovisuels » au secteur « Diversifications » ;
- l'activité Talent (exploitation commerciale de l'image des personnalités du Groupe) de la société M6 Créations est présentée dans le secteur « Diversifications » et non plus dans le secteur « Production et Droits audiovisuels ».

L'activité sectorielle présentée ci-après au titre du 1^{er} semestre 2016 et de l'année 2016 n'a pas été retraitée compte tenu du caractère non significatif des enjeux financiers.

RESULTAT

Les contributions de chaque secteur d'activité au résultat sont les suivantes :

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2016
Chiffre d'affaires hors-Groupe	429,5	55,5	160,3	0,2	645,5
Chiffre d'affaires inter-segments	9,4	8,2	0,9	(18,5)	-
Chiffre d'affaires	438,9	63,7	161,2	(18,3)	645,5
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	69,6	5,0	70,6	(9,2)	136,0
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises			(0,5)		(0,5)
Résultat de cession de filiales et participations					-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies					135,4
Résultat financier					0,1
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées					0,9
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies					136,4
Impôt					(52,9)
Résultat net des activités poursuivies					83,5
Résultat net des activités en cours de cession / cédées					-
Résultat net de la période					83,5
attribuable au Groupe					83,5
attribuable aux intérêts non contrôlants					(0,0)

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2017
Chiffre d'affaires hors-Groupe	447,7	52,3	162,2	0,2	662,4
Chiffre d'affaires inter-segments	8,5	3,8	1,1	(13,4)	-
Chiffre d'affaires	456,2	56,1	163,3	(13,2)	662,4
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	101,4	3,7	17,1	(3,5)	118,7
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises		(0,5)	(0,5)		(1,0)
Résultat de cession de filiales et participations					-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies					117,7
Résultat financier					(0,8)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées					1,0
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies					117,8
Impôt					(48,7)
Résultat net des activités poursuivies					69,1
Résultat net des activités en cours de cession / cédées					-
Résultat de la période					69,1
attribuable au Groupe					69,1
attribuable aux intérêts non contrôlants					0,0

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIERE

Les contributions de chaque secteur d'activité à la situation financière sont les suivantes :

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations	Total 31/12/2016
Actifs du secteur	605,1	119,0	294,7	(63,0)	955,8
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	2,2	3,1	3,8		9,1
Actifs non alloués					296,4
TOTAL ACTIF	607,3	122,1	298,5	(63,0)	1 261,3
Passifs du secteur	410,7	80,5	194,1	(63,0)	622,4
Passifs non alloués					22,7
TOTAL PASSIF	410,7	80,5	194,1	(63,0)	645,1
TOTAL ACTIF NET	196,5	41,5	104,4	(0,0)	616,2
Autres informations sectorielles					
Investissements corporels et incorporels	64,0	54,6	31,4		149,9
Amortissements	(60,4)	(40,2)	(19,1)		(119,7)
Dépréciations	(5,5)	(9,4)	(1,1)		(16,0)
Autres informations sectorielles non allouées					(2,6)

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations	Total 30/06/2017
Actifs du secteur	705,6	104,7	278,5	(55,8)	1 033,0
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	1,5	3,5	4,5		9,5
Actifs non alloués					180,4
TOTAL ACTIF	707,0	108,2	283,0	(55,8)	1 222,8
Passifs du secteur	431,6	81,2	184,5	(55,8)	641,5
Passifs non alloués					5,6
TOTAL PASSIF	431,6	81,2	184,5	(55,8)	647,1
TOTAL ACTIF NET	275,5	27,0	98,5	(0,0)	575,7
Autres informations sectorielles					
Investissements corporels et incorporels	24,5	13,8	8,9		47,2
Amortissements	(20,0)	(25,1)	(10,2)		(55,3)
Dépréciations	(2,2)	5,9	0,1		3,8
Autres informations sectorielles non allouées					(0,8)

Les actifs non alloués correspondent principalement aux actifs du pôle immobilier, aux disponibilités, autres actifs financiers, ainsi qu'aux créances d'impôts.

Les passifs non alloués correspondent à l'endettement et autres passifs financiers du Groupe, ainsi qu'aux dettes d'impôts.

N'ayant pas d'activité significative hors de France Métropolitaine, le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique.

8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

8.1 Autres produits opérationnels

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 4,9 M€ (contre 69,9 M€ au 30 juin 2016) et sont constitués principalement :

- des plus-values de cessions de joueurs de football pour 0,7 M€, contre 15,1 M€ au 30 juin 2016 ;
- des subventions d'exploitation pour 1,6 M€, contre 2,9 M€ au 30 juin 2016 ;
- des crédits d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) et pour la recherche pour 1,5 M€, contre 1,0 M€ au 30 juin 2016.

Les autres produits opérationnels au 30 juin 2016 incluaient une indemnité contractuelle de 50,0 M€ versée par Orange au titre de la fin de la commercialisation de l'offre M6 mobile by Orange.

8.2 Consommations et autres charges opérationnelles

	30/06/2017	30/06/2016
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(118,8)	(105,4)
Consommations de stocks de marchandises	(25,2)	(29,3)
Autres services extérieurs	(192,4)	(209,7)
Pertes de change opérationnelles	(0,2)	(0,0)
Autres charges	(0,2)	(0,2)
Consommations et autres charges opérationnelles	(336,8)	(344,6)

8.3 Dotations aux amortissements et aux dépréciations

	30/06/2017	30/06/2016
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(33,9)	(48,6)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(2,9)	(2,2)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(10,5)	(12,9)
Amortissements des immobilisations corporelles	(6,4)	(6,4)
Autres dépréciations	0,5	(0,3)
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-
Total dotations (nettes des reprises)	(53,3)	(70,5)

9. Rémunérations en actions

Aucune attribution d'actions gratuites n'a été décidée par le Directoire au 1^{er} semestre 2017.

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions gratuites s'apprécie comme la valeur de l'action à la date d'octroi diminuée de la valeur actuelle des dividendes futurs estimés sur la période d'indisponibilité.

Sur le semestre, le solde des actions attribuées a évolué comme suit :

	Attribution à la date du plan	Attribution maximum	Solde 31/12/2016	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2017
Plans d'attribution gratuite d'actions	1 314 500	1 314 500	1 284 000	-	-	(32 500)	(15 000)	1 236 500
Du 11/05/2015	32 500	32 500	32 500	-	-	(32 500)	-	-
Du 28/07/2015	480 400	480 400	453 200	-	-	-	(7 700)	445 500
Du 28/07/2016	440 600	440 600	437 300	-	-	-	(7 300)	430 000
Du 28/07/2016	361 000	361 000	361 000	-	-	-	-	361 000

Les annulations enregistrées au cours du semestre résultent de départs de bénéficiaires avant ouverture de la période d'exercice de leurs droits. Elles peuvent être liées également à la non-atteinte des objectifs de performances financières assignés lors de l'attribution des plans.

Les données relatives aux plans d'attribution d'actions gratuites sont celles de référence reflétant l'atteinte des objectifs de performance fixés dans le cadre des plans de 2015 et 2016.

La charge IFRS 2 relative aux plans d'attribution d'actions gratuites ouverts au 30 juin 2017 est enregistrée dans le compte de résultat sur la ligne " Charges de personnel ". Les impacts sur le semestre sont les suivants :

	Charges de personnel	
	30/06/2017	30/06/2016
Plans d'attribution gratuite d'actions		
Du 14/04/2014	-	0,2
Du 13/10/2014	-	1,0
Du 11/05/2015	0,1	0,1
Du 28/07/2015	1,5	1,5
Du 28/07/2016	1,2	-
Du 28/07/2016	1,4	-
Charge totale	4,2	2,8

10. Résultat financier

	30/06/2017	30/06/2016
Produits des placements	0,2	0,4
Divers produits d'intérêts	0,1	0,0
Réévaluation des instruments dérivés	0,0	0,1
Revenus financiers	0,3	0,5
Intérêts sur emprunts associés et banques	(0,0)	(0,0)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,1)	(0,1)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,2)	(0,2)
Charges financières	(0,3)	(0,3)
Autres éléments financiers	(0,8)	(0,1)
RESULTAT FINANCIER	(0,8)	0,1

Les produits des placements sont en baisse sur le 1^{er} semestre 2017 (0,2 M€ contre 0,4 M€ sur le 1^{er} semestre 2016), en raison de la diminution du rendement moyen des placements. Le taux de référence EONIA est resté négatif pendant le semestre à -0,36% en moyenne (-0,30% en 2016).

11. Impôt sur le résultat

Les composants de la charge d'impôt sur les bénéfices sont les suivants :

	30/06/2017	30/06/2016
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(46,2)	(51,1)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(2,6)	(1,8)
Total	(48,7)	(52,9)

Le taux d'impôt sur les sociétés pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français est de 34,43 % sur le 1^{er} semestre 2017, comme sur le 1^{er} semestre 2016.

Le taux d'imposition différée retenu pour 2017 est de 34,43 % pour les différences temporaires avec une échéance antérieure au 1^{er} janvier 2020 et de 28,92 % pour celles avec une échéance au-delà. Au 31 décembre 2016, le taux retenu était de 34,43%.

Le rapprochement entre la charge réelle d'impôt du Groupe et la charge obtenue en appliquant le taux d'impôt en vigueur au résultat avant impôt est le suivant :

	30/06/2017	30/06/2016
Résultat de la période attribuable au Groupe	69,1	83,5
Intérêts non contrôlants	(0,0)	(0,0)
Impôt sur le résultat	(48,7)	(52,9)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	1,0	0,9
Produits et charges liés aux regroupements d'entreprises	(0,2)	(0,2)
Coût des actions gratuites (IFRS 2)	(4,2)	(2,8)
Résultat des activités poursuivies avant impôt retraité	121,3	138,5
Taux d'impôt théorique	34,43%	34,43%
Charge d'impôt théorique	(41,8)	(47,7)
Eléments en rapprochement :		
Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises ⁽¹⁾	(4,5)	(3,0)
Taxe de 3% sur dividendes ⁽²⁾	(3,2)	(3,2)
Autres différences	0,8	1,0
Charge nette d'impôt réel	(48,7)	(52,9)
Taux effectif d'impôt	40,17%	38,20%

⁽¹⁾ Le Groupe a décidé dès l'exercice 2010 de requalifier la Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (C.V.A.E.) en impôt sur le résultat. Le montant s'élève à 6,9 M€ (4,5 M€ net d'impôt) au 30 juin 2017 contre 4,5 M€ (3,0 M€ net d'impôt) au 30 juin 2016.

⁽²⁾ Le Groupe est assujéti depuis l'exercice 2013 à la contribution additionnelle à l'Impôt sur les Sociétés de 3% sur les distributions de dividendes.

Au 30 juin 2017, aucun passif d'impôt différé n'a été comptabilisé pour des impôts qui seraient dus sur les résultats non distribués de certaines filiales, entreprises associées ou coentreprises du Groupe.

12. Résultat par action

	30/06/2017	30/06/2016
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	69,1	83,5
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités en cours de cession	-	-
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	69,1	83,5
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	126 003 467	126 317 266
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	941 107	735 897
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	126 944 575	127 053 163
Résultat par action (en euros)	0,548	0,661
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	0,548	0,661
Résultat dilué par action (en euros)	0,544	0,657
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	0,544	0,657

* Ne comprend que les actions dilutives (au regard des conditions de marché prévalant à la clôture)

Le calcul du résultat dilué par action tient compte d'attributions d'actions gratuites accordées lors des plans du 28 juillet 2015 et du 28 juillet 2016.

Les actions potentiellement dilutives se montent à 941 107. L'effet dilutif sur le résultat par action représenterait ainsi 0,4 centime d'euro par titre.

13. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2017	30/06/2016
Déclarés et versés au cours du semestre	107,1	107,4
<i>Nombre d'actions en circulation en milliers</i>	<i>126 020</i>	<i>126 345</i>
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	0,85	0,85

14. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels (distribution et négoce)	Coproductions	Avances et acomptes	Total droits audiovisuels ⁽¹⁾	Autres immobilisations incorporelles ⁽¹⁾	Goodwill	Total 30/06/2017
Au 1er janvier 2017, net des dépréciations et amortissements	43,2	8,1	24,9	76,1	62,1	101,5	239,8
Acquisitions	22,2	0,2	10,5	32,9	9,9	-	42,8
Effets de périmètre - montant brut	-	-	-	-	-	(0,7)	(0,7)
Cessions	(0,2)	-	(1,0)	(1,1)	(13,1)	-	(14,2)
Autres mouvements	(0,0)	-	-	(0,0)	(0,0)	-	(0,0)
Reclassements	15,2	(1,7)	(10,9)	2,5	(2,5)	-	0,0
Dépréciations	2,8	0,9	-	3,7	0,1	-	3,8
Dotations aux amortissements 2017	(36,7)	(3,8)	-	(40,5)	(10,6)	-	(51,1)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	-	-	-	(0,0)	-	(0,0)
Reprises d'amortissements sur cessions	0,2	-	-	0,2	10,7	-	10,9
Au 30 juin 2017, net des dépréciations et amortissements	46,6	3,7	23,5	73,8	56,5	100,9	231,2
Au 1er janvier 2017							
Valeur brute	930,0	627,0	25,7	1 582,7	184,7	136,2	1 903,6
Amortissements et dépréciations cumulés	(886,8)	(618,9)	(0,8)	(1 506,5)	(122,6)	(34,7)	(1 663,7)
Montant net au 1er janvier 2017	43,2	8,1	24,9	76,1	62,1	101,5	239,8
Au 30 juin 2017							
Valeur brute	965,0	647,5	24,6	1 637,2	178,2	135,6	1 951,0
Amortissements et dépréciations cumulés	(918,4)	(643,9)	(1,1)	(1 563,4)	(121,7)	(34,7)	(1 719,7)
Montant net au 30 juin 2017	46,6	3,7	23,5	73,8	56,5	100,9	231,2

⁽¹⁾ L'écart par rapport aux comptes publiés au 31 décembre 2016 correspond au reclassement des coproductions et des avances et acomptes versés sur coproductions de 33,0 M€ d'autres immobilisations incorporelles à droits audiovisuels.

Les droits audiovisuels regroupent des droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques, achetés avec ou sans minimum garanti, en vue de leur commercialisation (distribution, négoce), produits ou coproduits.

Les parts producteurs et coproducteurs de longs métrages, fictions et autres programmes sont dorénavant présentées dans la rubrique « coproductions ».

En application d'IAS 20 - *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC sont comptabilisées en diminution de la valeur d'actif des coproductions.

Sont principalement comptabilisés en avances et acomptes, les acomptes versés sur droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation. Les sommes versées sont reclassées en droits audiovisuels à la date d'ouverture des droits.

Les autres immobilisations incorporelles se répartissent en logiciels informatiques et actifs liés aux indemnités de transfert des joueurs de football.

L'ensemble des autres immobilisations incorporelles a la nature d'actif amortissable.

15. Goodwill

EVOLUTION

Les goodwill ont évolué comme suit:

	30/06/2017	31/12/2016
A l'ouverture, net des pertes de valeur	101,5	89,7
Acquisitions	(0,7)	13,3
Autres mouvements	-	-
Pertes de valeur	-	(1,5)
A la clôture	100,9	101,5
A l'ouverture		
Valeurs brutes	136,2	122,9
Cumul des pertes de valeur	(34,7)	(33,2)
Montant net	101,5	89,7
A la clôture		
Valeurs brutes	135,5	136,2
Cumul des pertes de valeur	(34,7)	(34,7)
Montant net	100,9	101,5

REPARTITION

Les goodwill se répartissent par Unité Génératrice de Trésorerie (« UGT ») de la façon suivante :

Valeur nette	30/06/2017	31/12/2016
Télévision	-	-
Production et Droits Audiovisuels		
Droits Audiovisuels	3,2	3,2
Diversifications		
Internet	64,7	65,4
E-Commerce	20,5	20,5
Téléachat	12,5	12,5
Total	100,9	101,5

- L'UGT Internet intègre M6 Web et iGraal du fait des similarités de leur business model ;
- L'UGT E-Commerce intègre Mon Album Photo et Printic ;
- L'UGT Téléachat intègre les entités Home Shopping Services, Best of TV et Best of TV Benelux ;
- L'UGT Droits Audiovisuels intègre SND et les sociétés de catalogues de droits audiovisuels.

PERTE DE VALEUR

Le Groupe ne réalise des tests de perte de valeur lors des arrêts intermédiaires que si des indices de perte de valeur sont identifiés sur la période considérée. Aucun indice de cette nature n'a été identifié au cours du 1^{er} semestre 2017.

16. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2017
Au 1er janvier 2017, net des dépréciations et amortissements	19,3	72,7	12,8	8,4	2,0	115,2
Acquisitions	-	0,1	2,7	2,2	0,9	5,9
Effets de périmètre - montant brut	-	-	-	-	-	-
Cessions	-	(0,0)	(0,3)	(0,2)	-	(0,5)
Autres mouvements	-	-	-	-	-	-
Reclassements	-	0,0	0,4	0,3	(0,7)	-
Dépréciations	-	0,0	0,0	0,0	-	0,0
Dotations aux amortissements 2017	-	(2,3)	(2,3)	(1,8)	-	(6,5)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	-	-	-	-	-
Reprises d'amortissements sur cessions	-	0,0	0,3	0,2	-	0,5
Au 30 juin 2017, net des dépréciations et amortissements	19,3	70,5	13,6	9,1	2,2	114,6
Au 1er janvier 2017						
Valeur brute	19,3	131,6	67,2	34,0	2,0	254,0
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(58,9)	(54,4)	(25,6)	-	(138,8)
Montant net au 1er janvier 2017	19,3	72,7	12,8	8,4	2,0	115,2
Au 30 juin 2017						
Valeur brute	19,3	131,7	70,0	36,3	2,2	259,4
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(61,2)	(56,4)	(27,2)	-	(144,7)
Montant net au 30 juin 2017	19,3	70,5	13,6	9,1	2,2	114,6

17. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2017
Au 1er janvier 2017, net des dépréciations	237,6	12,7	250,3
Acquisitions	172,8	30,1	202,9
Acquisitions de filiales	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-
Consommations	(128,1)	(26,4)	(154,5)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2017	(11,3)	0,6	(10,7)
Au 30 juin 2017, net des dépréciations	270,9	17,0	288,0
Au 1er janvier 2017			
Coût ou juste valeur	356,1	16,4	372,4
Cumul des dépréciations	(118,5)	(3,6)	(122,1)
Montant net au 1er janvier 2017	237,6	12,7	250,3
Au 30 juin 2017			
Coût ou juste valeur	400,7	20,1	420,8
Cumul des dépréciations	(129,8)	(3,0)	(132,8)
Montant net au 30 juin 2017	270,9	17,0	288,0

18. Participations dans les coentreprises et entreprises associées

Les contributions des coentreprises et entreprises associées dans l'état de la situation financière consolidée et l'état du résultat global consolidé du Groupe sont les suivantes :

	% de détention	31/12/2016	Quote-part de résultat	Dividendes versés	Variation de périmètre	30/06/2017
Participations dans les coentreprises		3,0	0,6	(1,6)	0,0	2,1
Série Club	50%	2,2	0,5	(1,3)	-	1,5
HSS Belgique	50%	0,4	0,1	(0,3)	-	0,2
Panora Services	50%	0,4	0,0	-	0,0	0,4
Participations dans les entreprises associées		6,1	0,3	-	-	7,4
Quicksign	24%	0,3	(0,0)	-	-	0,3
Stéphane Plaza France	49%	3,0	0,4	-	-	3,4
Société des agences parisiennes	25%	0,1	0,0	-	-	0,1
Elephorm	34%	2,8	0,0	-	-	2,8
Six et Sept	49%	-	(0,1)	-	1,0	0,9
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées		9,1	1,0	(1,6)	0,0	9,5



Le 28 mars 2017, le Groupe M6, à travers sa filiale M6 Interactions, a pris une participation de 49 % au sein de la société Six et Sept, nouvelle société de production et d'édition musicales.

Cette prise de participation est traitée comme une participation dans une entreprise associée et donc comptabilisée conformément à la norme IAS 28 - *Participations dans des entreprises associées et des coentreprises*.

Au 30 juin 2017, la participation du Groupe dans la société 6&7 s'élève à 0,9 M€.

19. Instruments financiers

19.1 Actifs financiers

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2016 et au 30 juin 2017 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

31/12/2016					Ventilation par catégorie d'instruments				
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Placements détenus jusqu'à leur échéance	Prêts et créances	Instruments dérivés
Actifs financiers disponibles à la vente	0,4	-	0,4	0,4	-	0,4	-	-	-
Autres actifs financiers non courants	4,3	-	4,3	4,3	-	-	0,9	3,4	-
Autres actifs non courants	18,2	-	18,2	18,2	-	-	-	18,2	-
Créances clients	258,4	(16,9)	241,5	241,5	-	-	-	241,5	-
Instruments financiers dérivés	0,4	-	0,4	0,4	-	-	-	-	0,4
Autres actifs financiers courants	0,7	(0,3)	0,4	0,4	-	-	-	0,4	-
Autres actifs courants	191,7	(4,9)	186,7	186,7	-	-	-	186,7	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	174,4	-	174,4	174,4	151,8	-	-	22,6	-
Actifs	648,6	(22,1)	626,5	626,5	151,8	0,4	0,9	472,9	0,4

30/06/2017					Ventilation par catégorie d'instruments				
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Placements détenus jusqu'à leur échéance	Prêts et créances	Instruments dérivés
Actifs financiers disponibles à la vente	1,0	-	1,0	1,0	-	1,0	-	-	-
Autres actifs financiers non courants	4,6	(0,4)	4,2	4,2	-	-	1,3	2,9	-
Autres actifs non courants	17,9	-	17,9	17,9	-	-	-	17,9	-
Créances clients	313,8	(17,3)	296,6	296,6	-	-	-	296,6	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs financiers courants	0,3	(0,3)	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	183,7	(4,5)	179,2	179,2	-	-	-	179,2	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	61,1	-	61,1	61,1	59,6	-	-	1,5	-
Actifs	582,4	(22,4)	560,0	560,0	59,6	1,0	1,3	498,1	-

Les autres actifs non courants correspondent à l'avance faite par le Football Club des Girondins de Bordeaux à la ville de Bordeaux au titre de la convention d'occupation du nouveau stade (30 ans). Cette avance est reprise chaque année suivant les termes du contrat de location simple.

Comme chaque année au cours du 1^{er} semestre, les créances clients nettes augmentent fortement en raison de la saisonnalité des activités.

AUTRES ACTIFS FINANCIERS

	30/06/2017	31/12/2016
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	0,4	0,4
Dépôts de garantie	2,0	2,0
Autres actifs financiers	1,8	2,0
Autres actifs financiers non courants	4,2	4,3
Autres actifs financiers	-	0,4
Autres actifs financiers courants	-	0,4

TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 61,1 M€ au 30 juin 2017 contre 174,4 M€ au 31 décembre 2016.

En application de la politique de placement décrite en note 19.3 de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2016, la quasi-intégralité des sommes est placée en FCP de trésorerie, comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité « investment grade ».

Les comptes et dépôts à terme et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évaluées à leur juste valeur (juste valeur par résultat).

Au 30 juin 2017, le Groupe ne dispose plus de FCP et SICAV monétaires.

19.2 Passifs financiers

Les différentes catégories de passifs financiers aux 31 décembre 2016 et 30 juin 2017 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

31/12/2016			Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	1,3	1,3	-	1,3	-
Autres passifs financiers non courants	32,7	32,7	32,5	0,1	-
Autres dettes non courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes financières courantes	0,6	0,6	-	0,6	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-
Autres passifs financiers courants	9,3	9,3	-	9,3	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	364,4	364,4	-	364,4	-
Autres dettes d'exploitation	23,5	23,5	-	23,5	-
Dettes fiscales et sociales	93,5	93,5	-	93,5	-
Dettes sur immobilisations courantes	17,4	17,4	-	17,4	-
Passifs	543,4	543,4	32,5	510,8	-

30/06/2017			Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	1,2	1,2	-	1,2	-
Autres passifs financiers non courants	39,1	39,1	32,7	6,4	-
Autres dettes non courantes	-	-	-	-	-
Dettes financières courantes	0,2	0,2	-	0,2	-
Instruments financiers dérivés	0,2	0,2	-	-	0,2
Autres passifs financiers courants	8,9	8,9	-	8,9	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	367,2	367,2	-	367,2	-
Autres dettes d'exploitation	35,8	35,8	-	35,8	-
Dettes fiscales et sociales	82,4	82,4	-	82,4	-
Dettes sur immobilisations courantes	17,1	17,1	-	17,1	-
Passifs	552,1	552,1	32,7	519,2	0,2

AUTRES PASSIFS FINANCIERS

Les autres passifs financiers courants de 8,9 M€ incluent :

- les dettes de 1,5 M€ relatives aux compléments de prix sur les acquisitions des sociétés Mandarins Cinéma et iGraal ;
- la dette de 7,4 M€ relative au contrat d'achat à terme de 470 000 actions propres, avec comme échéance le 28 juillet 2017.

Les autres passifs financiers non courants de 39,1 M€ incluent :

- les dettes de 32,7 M€ relatives aux promesses d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires des sociétés Best of TV et iGraal ;
- la dette de 6,4 M€ relative au contrat d'achat à terme de 400 000 actions propres, avec comme échéance le 26 juillet 2018.

19.3 Ventilation des actifs et passifs financiers dans la hiérarchie de juste valeur

Les informations à fournir requises par la norme IFRS 7 sont classées selon une hiérarchie de la juste valeur qui reflète l'importance des données utilisées pour faire les évaluations. Cette hiérarchie de la juste valeur est la suivante :

- Niveau 1 : des cours/prix cotés (non ajustés) issus de marchés actifs pour des actifs ou passifs identiques ;
- Niveau 2 : des données autres que les cours/prix cotés de niveau 1, qui sont observables pour l'actif ou le passif, soit directement (par exemple, des prix), soit indirectement (par exemple, des éléments dérivant de prix) ;
- Niveau 3 : des données sur l'actif ou le passif qui ne sont pas fondées sur des données de marché observables (informations non observables).

31/12/2016		Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
		Cours cotés	Données observables	Données non observables
	Actifs financiers disponibles à la vente	-	-	0,4
	Instruments financiers dérivés	-	0,4	-
	Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
	FCP, SICAV	88,3	-	-
	Dépôts à terme	-	63,6	-
	Actifs	88,3	63,9	0,4
	Autres passifs financiers non courants	-	-	32,5
	Passifs	-	-	32,5

30/06/2017		Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
		Cours cotés	Données observables	Données non observables
	Actifs financiers disponibles à la vente	-	-	1,0
	Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
	FCP, SICAV	-	-	-
	Dépôts à terme	-	59,6	-
	Actifs	-	59,6	1,0
	Autres passifs financiers non courants	-	-	32,7
	Instruments financiers dérivés	-	0,2	-
	Passifs	-	0,2	32,7

20. Actions composant le capital de Métropole Télévision

<i>en milliers</i>	Actions ordinaires émises	Titres autodétenus	Actions en circulation
Nombre d'actions au 1er janvier 2016	126 414	140	126 274
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		351	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		(74)	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	
Nombre d'actions au 31 décembre 2016	126 414	418	125 996
Exercice des options d'achat et de souscription d'actions			
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		(33)	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		35	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	
Nombre d'actions au 30 juin 2017	126 414	420	125 994

Les actions composant le capital de Métropole Télévision sont toutes des actions ordinaires avec un droit de vote simple. Elles sont entièrement libérées.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2017 (cf. note 9).

21. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le 1^{er} semestre 2017:

	Provisions pour retraite	Provisions sur pertes des entreprises associées	Provisions pour restructuration	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1er janvier 2017	13,4	-	2,2	15,2	42,2	18,2	91,2
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-	-	-	-	-
Dotation de la période	0,6	-	-	1,9	14,8	4,3	21,6
Utilisation	(0,1)	-	(0,3)	(1,3)	(12,1)	(2,7)	(16,4)
Reprise non utilisée	-	-	-	(1,9)	(0,1)	(0,5)	(2,5)
Autres variations	-	-	-	-	-	0,2	0,2
Au 30 juin 2017	13,8	-	2,0	13,8	44,9	19,6	94,1
Courant au 1er janvier 2017	-	-	2,2	15,2	42,2	18,2	77,9
Non courant au 1er janvier 2017	13,4	-	-	-	-	-	13,4
Total	13,4	-	2,2	15,2	42,2	18,2	91,2
Courant au 30 juin 2017	-	-	2,0	13,8	44,9	19,6	80,2
Non courant au 30 juin 2017	13,8	-	-	-	-	-	13,8
Total	13,8	-	2,0	13,8	44,9	19,6	94,1

Aux 30 juin 2017 et 31 décembre 2016, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2017	31/12/2016
Télévision	69,6	67,0
Production et Droits Audiovisuels	2,0	1,8
Diversifications	22,5	22,3
Autres	0,1	0,1
Total	94,1	91,2

- Les provisions pour retraites correspondent aux engagements pris au titre des indemnités de départ en retraite qui ne sont pas couverts par un contrat d'assurance ou des actifs dédiés.

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

en %	30/06/2017	30/06/2016
Taux d'actualisation	1,50	1,60
Augmentations de salaires futures *	2,69	2,69
Taux d'inflation	2,00	2,00

* médiane établie en fonction de l'âge et du statut

Le taux d'actualisation est établi pour une durée moyenne de 10 ans avec pour référence l'indice Iboxx € corporate bonds AA 10+.

Les valeurs actualisées de l'obligation ont évolué de la façon suivante :

	30/06/2017	31/12/2016
Obligation à l'ouverture	13,4	11,1
Coût du service courant, réductions/cessations	0,5	0,9
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,1	0,2
Prestations versées	(0,1)	(0,2)
Ecart actuariel - Changements d'hypothèse financière	-	1,1
Ecart actuariel - Changements d'hypothèse démographique	-	-
Ecart actuariel - Effet d'expérience	-	0,2
Variation de périmètre	-	0,1
Obligation à la clôture	13,8	13,4

- Les litiges inclus dans le poste « provisions pour litiges » se rapportent à l'ensemble des procédures judiciaires engagées contre une ou des sociétés du Groupe et pour lesquelles une issue défavorable pour le Groupe est probable. Dans une très grande majorité des cas, le litige a dépassé le stade du précontentieux et est en cours d'examen, de jugement ou d'appel par les tribunaux compétents (commerce, prud'hommes, instance, correctionnel ou cour de cassation).

Les informations complémentaires relatives aux litiges en cours ne sont pas présentées individuellement dans la mesure où la communication de ces éléments pourrait être préjudiciable au Groupe.

- Les provisions sur droits hors bilan se rapportent à une perte de valeur de droits de diffusion que le Groupe s'est engagé à acquérir mais qui ne figurent pas encore en stocks au bilan.

En effet, la charge résultant de la probabilité de non-diffusion, dans la case de la grille initialement prévue, d'un droit non ouvert (et donc classé en engagement hors bilan), ne pouvant être constatée à travers la dépréciation d'un actif au bilan, est donc reconnue par le biais d'une provision pour risques et charges.

Cette dépréciation d'un droit non ouvert s'inscrit dans la logique de fonctionnement du marché des droits audiovisuels puisque les chaînes de télévision sont généralement engagées dans des accords d'approvisionnement avec des producteurs sur des productions futures sans qu'elles aient la certitude que l'ensemble de ces dernières soient de qualité homogène et diffusable au regard de leurs lignes éditoriales et de leurs cibles d'audience.

Les chaînes peuvent également être engagées à diffuser un programme de flux ou un événement dont le potentiel d'audience et d'image ne porte pas les recettes publicitaires à un niveau permettant de couvrir le coût complet du programme.

La perte de valeur du droit peut recouvrir :

- le cas d'une diffusion improbable : le programme ne pourra être diffusé faute de potentiel d'audience ;

- le cas d'une insuffisance de recettes nettes dans la fenêtre de diffusion du programme.

Dans tous les cas, les dépréciations sont appréciées dans le cadre d'une revue de portefeuille, titre par titre, au regard des objectifs d'audience et de recettes attachés à chaque programme, définis par les directions des programmes des chaînes du Groupe.

- Les « autres provisions pour charges » se rapportent à des coûts que le Groupe devrait supporter dans le cadre de l'exécution d'un contrat ou de ses obligations réglementaires et fiscales sans qu'à ce stade les sommes dues ne soient exigibles ou n'aient été exigées, notamment dans le cadre d'une procédure contentieuse ou judiciaire.
- Les montants reportés pour ces trois dernières natures de provisions correspondent à la meilleure estimation possible de la sortie de ressources futures pour le Groupe compte tenu des réclamations des plaignants, des jugements déjà prononcés le cas échéant ou de l'appréciation de la direction au regard d'expériences similaires et/ou des calculs réalisés par la direction financière.

Le Groupe considère que les échéances de décaissements liées à ces provisions s'inscrivent dans le cadre du cycle normal de l'exploitation du Groupe, ce qui justifie la classification de ces provisions en provisions courantes.

22. Actifs / passifs éventuels

ACHATS DE DROITS ET ENGAGEMENTS DE COPRODUCTIONS (NETS)

Ces engagements se rapportent :

- aux engagements d'achats sur des droits non encore produits ou achevés ;
- aux engagements contractuels sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation, déduction faite des acomptes versés.

Ils sont exprimés nets des avances et acomptes versés à ce titre pour les droits correspondants non encore enregistrés en stocks.

TRANSPORT D'IMAGES, LOCATION SATELLITE ET TRANSPONDEURS

Ces engagements sont relatifs à la fourniture de services de télédiffusion et à la location de capacité satellitaire et de transpondeurs auprès de sociétés privées pour la diffusion numérique.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance.

BAUX NON RESILIABLES

Il s'agit des paiements futurs minimaux pour des contrats de location simple non résiliables et en cours à la clôture de l'exercice. Ils se rapportent pour l'essentiel à des locations immobilières (dont la location du stade de Bordeaux).

RESPONSABILITE SUR PASSIF DES SOCIETES EN NOM COLLECTIF

Dans la mesure où les associés d'une société en nom collectif répondent indéfiniment et solidairement des dettes portées par la société, le Groupe présente en engagements hors bilan donnés le total du passif des sociétés en nom collectif qu'il détient, retraité des comptes de régularisation ainsi que des comptes courants d'associés, et en engagements hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

VENTES DE DROITS

Ces engagements recouvrent les contrats de ventes de droits de diffusion non encore disponibles au 30 juin 2017.

CONTRATS DE DIFFUSION

Ces engagements concernent les contrats de diffusion des chaînes du Groupe auprès de Canal+ France et des autres distributeurs.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance certaine ou probable.

Les actifs immobilisés du Groupe ne sont assortis d'aucun nantissement ou hypothèque.

Les engagements hors bilan s'analysent comme suit :

	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans	Total 30/06/2017	Total 31/12/2016	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés						
Achats de droits et engagements de coproductions (bruts)	216,9	334,6	106,0	657,5	724,8	
Avances versées au titre des achats de droits et engagements de coproductions	(28,7)	(13,5)	(43,5)	(85,7)	(80,5)	
Achats de droits et engagements de coproductions (nets)	188,2	321,1	62,5	571,8	644,3	Contrats signés
Transport d'images, location satellites et transpondeurs	16,9	39,2		56,2	65,0	Contrats signés
Baux non résiliables	9,3	35,4	114,0	158,8	163,6	Baux
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif	4,5	3,7		8,2	-	Liquidation de la SNC
Autres			-	-	10,7	
Total des engagements donnés	219,0	399,5	176,5	795,0	883,6	
Engagements reçus						
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif				-	-	Liquidation de la SNC
Ventes de droits	28,6	12,4	-	41,1	50,0	Échéances annuelles
Contrats de diffusion	38,9	18,7	-	57,7	89,8	Contrats signés
Autres	3,7	0,0	-	3,7	2,4	
Total des engagements reçus	71,3	31,2	-	102,5	142,2	

Au 30 juin 2017, les engagements donnés par le groupe s'élèvent à 795,0 M€ contre 883,6 M€ au 31 décembre 2016.

Cette diminution des engagements donnés (-88,6 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- les engagements d'achats de droits et engagements de coproductions nets des avances versées ont reculé de 72,5 M€ par rapport au 31 décembre 2016 ; en effet, la valeur totale des droits sortis des engagements car inscrits au bilan en stocks s'avère supérieure à celle des nouveaux engagements conclus au cours du semestre ;
- les engagements en lien avec les contrats de transport et de diffusion des chaînes s'élèvent à 56,2 M€ en baisse de 8,8 M€ par rapport au 31 décembre 2016.

Au 30 juin 2017, les engagements reçus par le groupe s'élèvent à 102,5 M€ contre 142,2 M€ au 31 décembre 2016.

Cette diminution des engagements reçus (-39,7 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- la baisse de 9,0 M€ des engagements de ventes de droits ;
- la baisse de 9,4 M€ de l'engagement reçu d'Orange au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque « M6 Mobile » ;
- la baisse de 22,7 M€ des engagements au titre de la distribution des chaînes du Groupe, à mesure de l'exécution des contrats.

23. Parties liées

A l'exception du placement de trésorerie auprès des actionnaires décrit ci-après, les transactions avec les parties liées sont de même nature que celles décrites dans la note 24 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2016.

PLACEMENT DE TRESORERIE AUPRES DES ACTIONNAIRES

Aux termes d'une convention de placement de trésorerie signée entre Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision, dont la première mise en œuvre date du 1^{er} décembre 2005, la société Métropole Télévision a la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à la société Bayard d'Antin soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder 3 mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions du marché. Le Groupe garde également la possibilité d'emprunter auprès de Bayard d'Antin, pour autant que le montant emprunté n'excède pas 48% des montants empruntés auprès des établissements bancaires, pour des périodes allant de 1 semaine à 3 mois ; les conditions financières sont conformes aux conditions de marché.

Le renouvellement de cette convention a été autorisé par le Conseil de Surveillance du 8 novembre 2016 pour 12 mois.

Au 30 juin 2017, aucun placement de trésorerie n'est fait auprès de Bayard d'Antin

24. Evénements post clôture

M6 dispose d'une autorisation d'émettre en haute définition depuis 2008 pour une durée de dix ans, que le Conseil Supérieur de l'audiovisuel a décidé de reconduire pour 5 ans supplémentaires le 19 octobre 2016, hors appel aux candidatures, dans les conditions prévues à l'article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986. Le Groupe a été auditionné le 16 novembre 2016 par le Conseil qui, dans une décision en date du 19 juillet 2017, a décidé de proroger l'autorisation jusqu'au 5 mai 2023.

Le 20 juillet 2017, le Groupe M6 a conclu l'acquisition de FIDELITE FILMS, société détentrice d'un catalogue de 42 longs métrages, parmi lesquels *Astérix et Obélix au service de sa Majesté*, *Le petit Nicolas*, *Les Vacances du petit Nicolas*, *De l'autre côté du lit*.

Avec cette acquisition ciblée, le Groupe M6 poursuit la consolidation de ses activités de distribution de droits audiovisuels en complétant son catalogue, désormais riche de près de 1 300 longs métrages.

Aucun autre événement n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2017, susceptible d'avoir une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité ou le patrimoine du Groupe.

7. GROUP WORKFORCE

Breakdown of M6 Group workforce by type of contract

	30 june 2016	31 december 2016	30 june 2017
Permanent contracts	1,714	1,737	1,724
Fixed-term contracts*	231	254	269
Total workforce	1,945	1,991	1,993

* The 269 fixed-term contracts include the 74 F.C.G.B. sports contracts.

At 30 June 2017, M6 Group's total workforce was 1,993 people, compared with 1,991 at 31 december 2016, including 1,724 on permanent contracts in 2017, compared with 1,737 in 2016.

The total permanent workforce of 1,993 at 30 June 2017 can be broken down as follows :

Breakdown of permanent workforce by division

	30 june 2016	31 december 2016	30 june 2017
TV	998	991	1 023
Production & Audiovisual Rights	90	91	92
Diversification	857	909	878
TOTAL	1,945	1,991	1,993

The increase in the number of permanent staff in the Television Division, including the sales house (an additional 25 permanent/fixed-term contracts year on year) was primarily due to event contract workers and service providers moving into permanent positions.

The increase in the Diversification Division (an additional 21 staff on permanent/fixed-term contracts) primarily stems from:

- the integration of IGraal (an additional 48 permanent staff),
- the reduction in headcount at Ventadis (34 fewer permanent staff), accounted for by the departure of Luxview staff,
- the decline in business at HSS since the end of 2015, resulting in measures to optimise and merge positions.

8. ADDITIONAL INFORMATION

8.1. Statutory auditors' report

PricewaterhouseCoopers Audit
63, rue de Villiers
92 208 Neuilly-sur-Seine Cedex
France

Ernst & Young et Autres
1/2, place des Saisons
92400 Courbevoie - Paris-La
Défense 1
France

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle - 92575 Neuilly-sur-Seine Cedex
Capital social : €50 565 699,20

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2017

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société Métropole Télévision, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2017, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité de votre directoire. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un



examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés résumés avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés résumés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 25 juillet 2017

Les Commissaires aux Comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

ERNST & YOUNG et Autres

Anne-Claire Ferrié

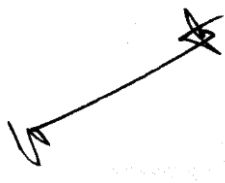
Bruno Bizet



8.2. Statement of person responsible

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes consolidés condensés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité figurant en pages 4 à 31 présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Fait à Neuilly sur Seine le 25 juillet 2017



Nicolas de Tavernost
Président du Directoire

MÉTROPOLE TÉLÉVISION
French public limited company (Société Anonyme)
with an Executive Board and a Supervisory Board
with share capital of €50,565,699.20

89, Avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine, France

Tél. : +331 41 92 66 66
Fax : +331 41 92 66 10
Website : www.groupeM6.fr

339 012 452 RCS Nanterre
Siret : 339 012 452 00084
APE : 6020 A



© RÉGINE MAHAUX / M6



MÉTROPOLE TÉLÉVISION
89 AVENUE CHARLES DE GAULLE
92200 NEUILLY-SUR-SEINE
T/ +33 1 41 92 66 66 F/ +33 1 41 92 66 10
WWW.GROUPEM6.FR