



Groupe M6
Présentation des résultats 2006
Réunion d'analystes
Mardi 6 mars 2007





Avertissement préliminaire

- Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du Groupe M6, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.
- Toute référence à des performances passées du Groupe M6 ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.
- Le contenu de ce document ne doit pas être considéré comme un document commercial ou une sollicitation à l'achat ou à la vente d'actions du Groupe M6.
- Les informations, tableaux et états financiers figurant notamment en annexe du présent document sont en attente de certification par les commissaires aux comptes et de dépôt à l'AMF.

6



Sommaire

✓ Introduction

- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ Enjeux et perspectives
- ✓ États financiers
- ✓ Annexes



2006 : croissance, investissements et rentabilité

Chiffre d'affaires
1283,4 M€ (+ 18,8%)



Grâce à la croissance des recettes publicitaires, au dynamisme des diversifications, des droits audiovisuels et des chaînes numériques

Grâce aux relais de croissance mis en place en 2005 (Mistergooddeal.com, M6 Mobile by Orange)



Le Groupe M6 a intégralement compensé en 2006 la déconsolidation de TPS

Résultat Opérationnel Courant
223,0 M€ (+0,8 %)



En dépit de l'investissement dans les programmes (Coupe du Monde) et dans le numérique (W9 et simulcast numérique/ analogique)

Grâce à la montée en puissance de la rentabilité des chaînes numériques, activités de diversifications et droits audiovisuels



Le Groupe M6 a enregistré un Résultat Opérationnel Courant en croissance



Faits marquants 2006

Antenne M6

Audiences

Meilleur niveau historique

19,3%

de part d'audience sur les ménagères de moins de 50 ans

+ 300 000

télespectateurs en moyenne en Prime Time

Performance publicitaire

+3,9%

de croissance des recettes publicitaires nettes par rapport à 2005

23,15%

de Part de Marché (données brutes)

Coût de grille

302,5 M€

dont investissement de 29 M€ dans la Coupe du Monde de football (y.c coûts de production)



+17,1%

(+5,8% hors Coupe du Monde)

Télévision numérique



33,5% des équipés TNT la regardent chaque jour (novembre-décembre 2006)



M6 détient désormais **100%** de Teva.

Diversifications et droits audiovisuels



Succès commercial avec

767 000 clients
(au 31/12/06)



224,1 M€

chiffre d'affaires du pôle

« Vente à distance »

4%

Objectif de marge opérationnelle courante atteint pour le pôle



Astérix et les Vikings distribué dans

30 pays



2ème de Ligue 1

M6 détient **5,1%** du nouveau groupe Canal+ France, contrôlé par Vivendi



M6 Web

Lancement de nouveaux sites et services



Chiffres clés 2006

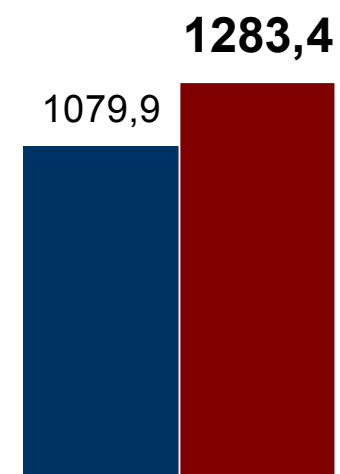
M€

+18,8%

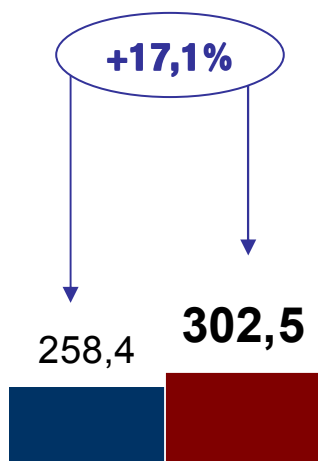
+5,8%
Hors FWC

■ 2005

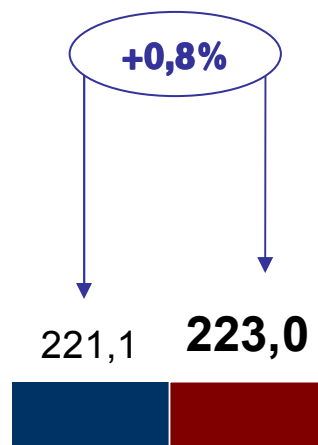
■ 2006



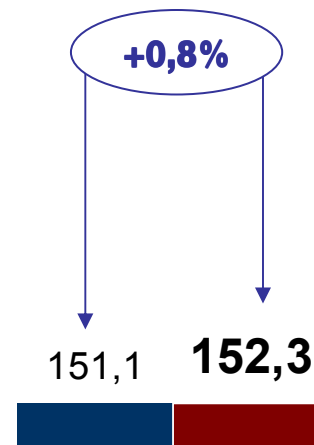
Chiffre d'affaires
(activités
poursuivies)



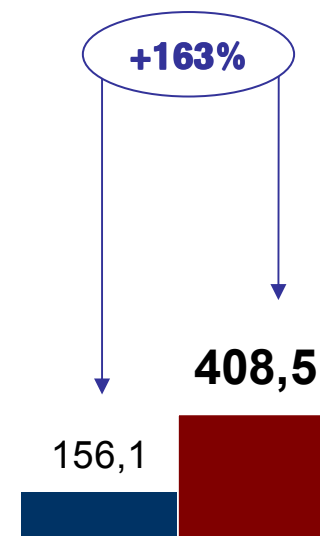
Coût de grille



Résultat
opérationnel
courant
(EBITA)



Résultat net
(activités
poursuivies)



Résultat net
(part du groupe)



Contributions par segment

M€

	Chiffre d'affaires		EBITA	
	2005	2006	2005	2006
Télévision Gratuite	635,0	656,8	201,3	183,0
Chaînes Numériques	64,6	75,6	-3,8	-2,6
Diversifications & Droits Audiovisuels	380,3	551,0	25,6	51,2
Eliminations et résultats non affectés ⁽¹⁾	-	-	-1,9	-8,5
Total activités poursuivies	1079,9	1283,4	221,1	223,0

(1) Concerne les charges de groupe non affectées directement aux activités opérationnelles (écritures IFRS 2 et retraitements de consolidation)



Ratios financiers

M€

Activités poursuivies

	2005	2006	Variation (M€)
Marge opérationnelle (EBITA / CA)	20,5%	17,4%	
Marge nette (activités poursuivies)	14,0%	11,9%	
Trésorerie brute	243,1	250,7	+7,6
Trésorerie nette d'endettement	242,8	197,7	-45,1
Variation globale de trésorerie	+31,6	+7,6	
Capacité d'autofinancement avant impôt	305,3	316,0	+10,7
Free cash flow (avant impôt)	161,2	225,0	+63,8
EBITA + PV de cessions immo.	234,4	223,0	-11,4
Cash conversion ratio (FCF/EBITA + PV)	68,8%	100,9%	



Activités détenues en vue de la cession : TPS / Canal+ France

Traitement comptable appliqué : les 5,1% de Canal+ France et l'option de vente attachée sont enregistrés comme un instrument hybride (valorisés globalement)

Impact sur l'exercice 2006

- ✓ Impact sur le compte de résultat :
Résultat Net des activités cédées :

256,8 M€

- ✓ Impact sur le bilan :
Immobilisations financières :
 - Valeur de l'instrument hybride :

324,0 M€

Impact sur les exercices futurs 2007-2009

Impact résultant de l'évaluation à la juste valeur de l'instrument hybride

- ✓ Impact sur le compte de résultat
Impact estimé sur le résultat financier :

2007e	2008e	2009e
+19,0 M€	+20,1 M€	+21,2 M€

- ✓ Impact sur le bilan :
Immobilisations financières :
 - Réévaluation annuelle de l'instrument pour atteindre le prix plancher le 31 décembre 2009

Option de vente exerçable en février 2010



Sommaire

✓ Introduction

✓ **Antenne M6**

- Audiences
- Publicité

✓ Chaînes numériques

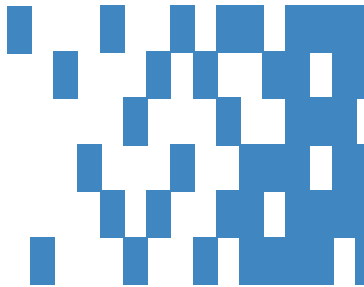
✓ Diversifications et droits audiovisuels

✓ Enjeux et perspectives

✓ États financiers

✓ Annexes

6

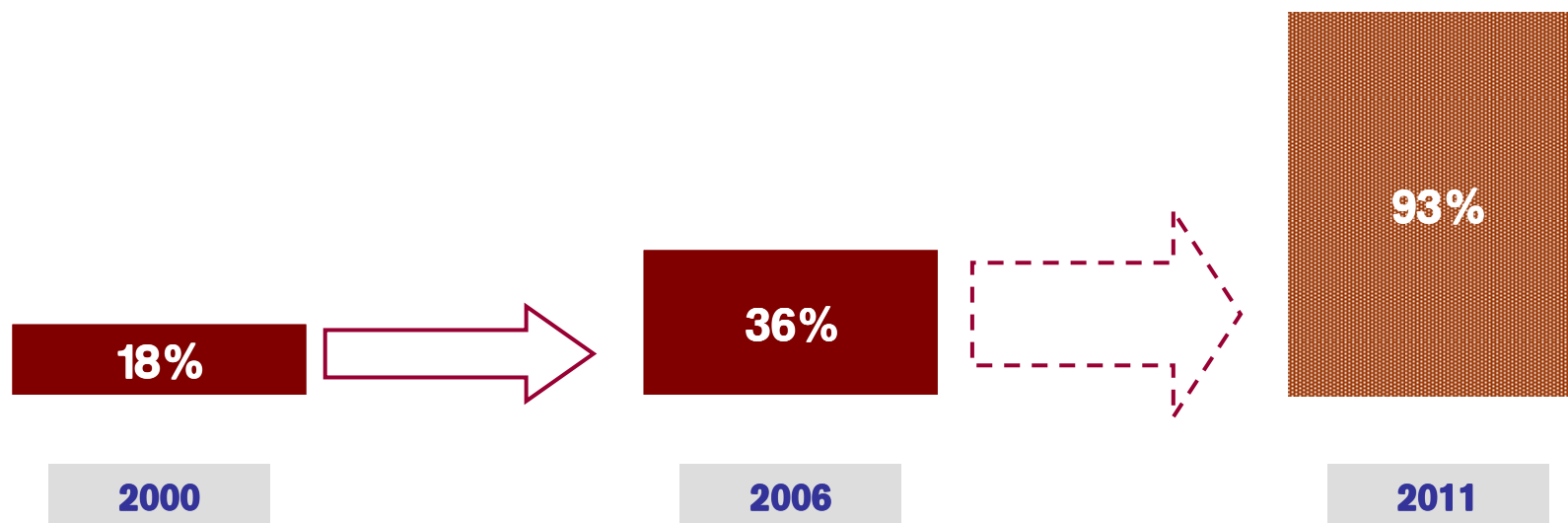


Audiences



L'évolution du paysage audiovisuel français d'ici 2011

- Évolution de la proportion des français ayant accès à une offre multi-chaînes (plus de 10 chaînes)



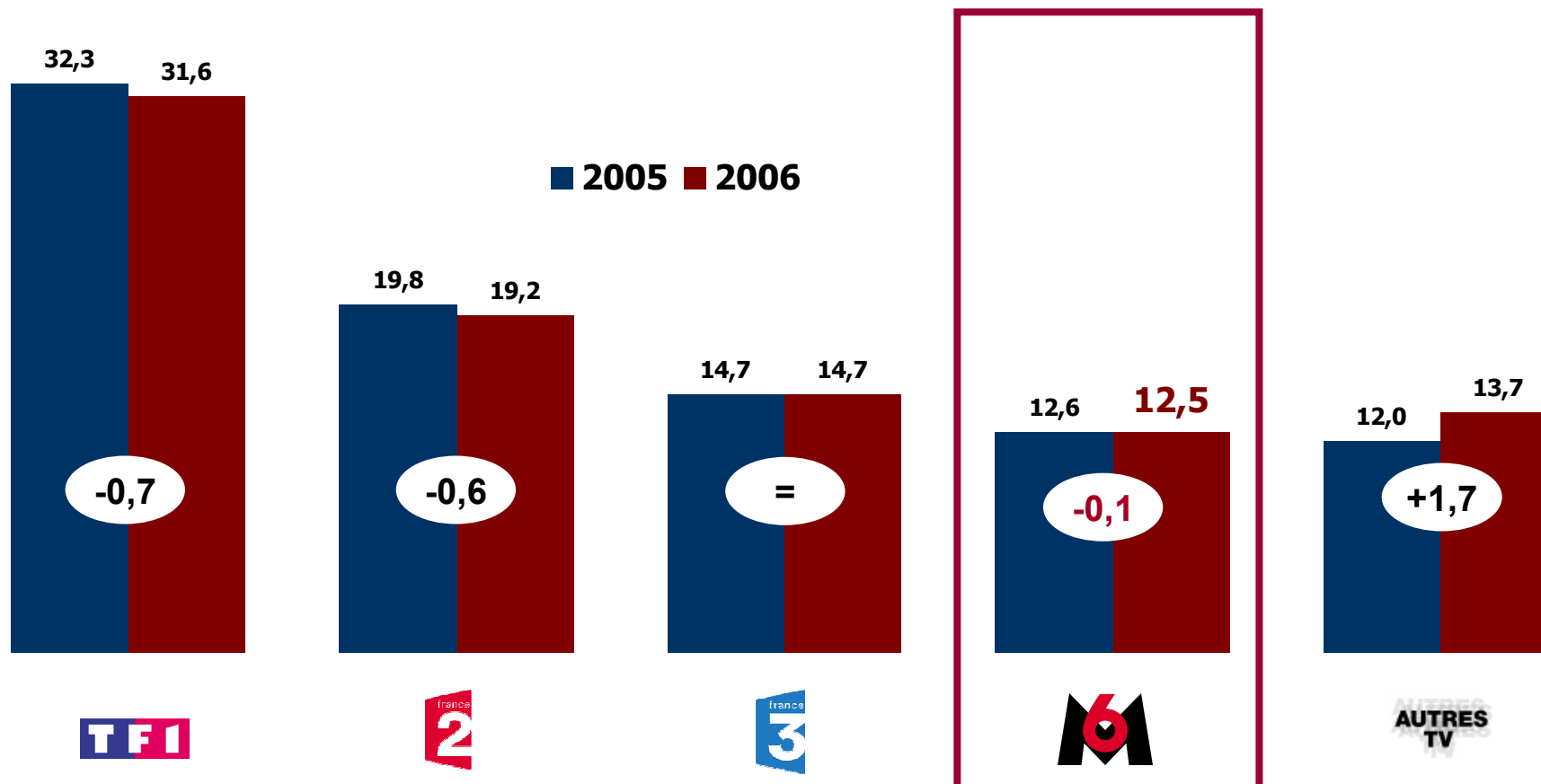
- Le paysage français du multi-chaînes payant et gratuit se modifie rapidement sous l'impulsion du lancement et du développement de la TNT, qui a suscité l'apparition de nouveaux entrants.



M6 consolide sa position sur les 4 ans et + face au développement rapide des autres TV (via la TNT)

- Part d'audience cumulée en %/ 4+ (Année 2006 / 2005)

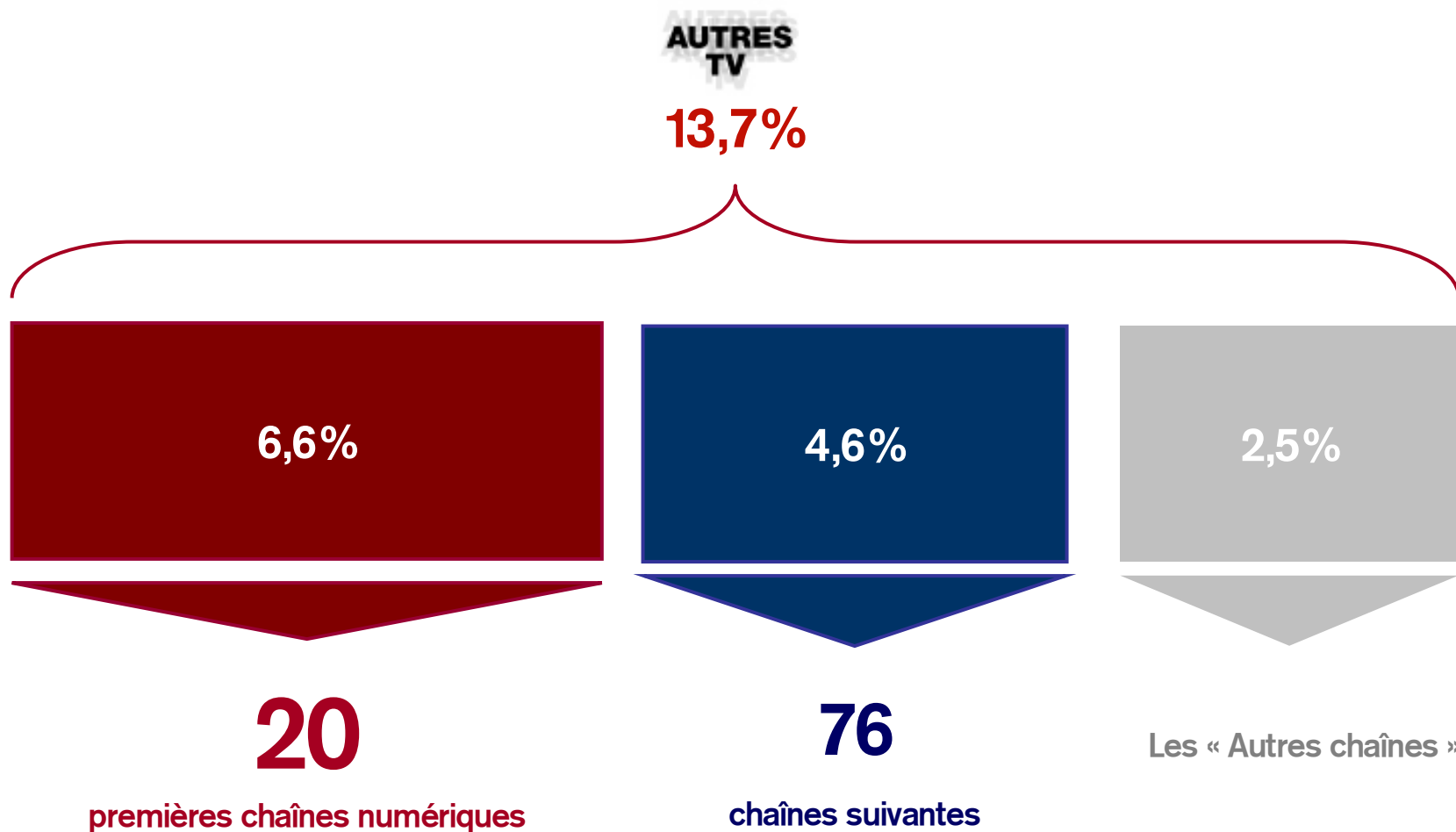
Source: Médiamétrie





Le poste Autres TV reste très fragmenté

- Part d'audience cumulée / 4+ (en 2006)

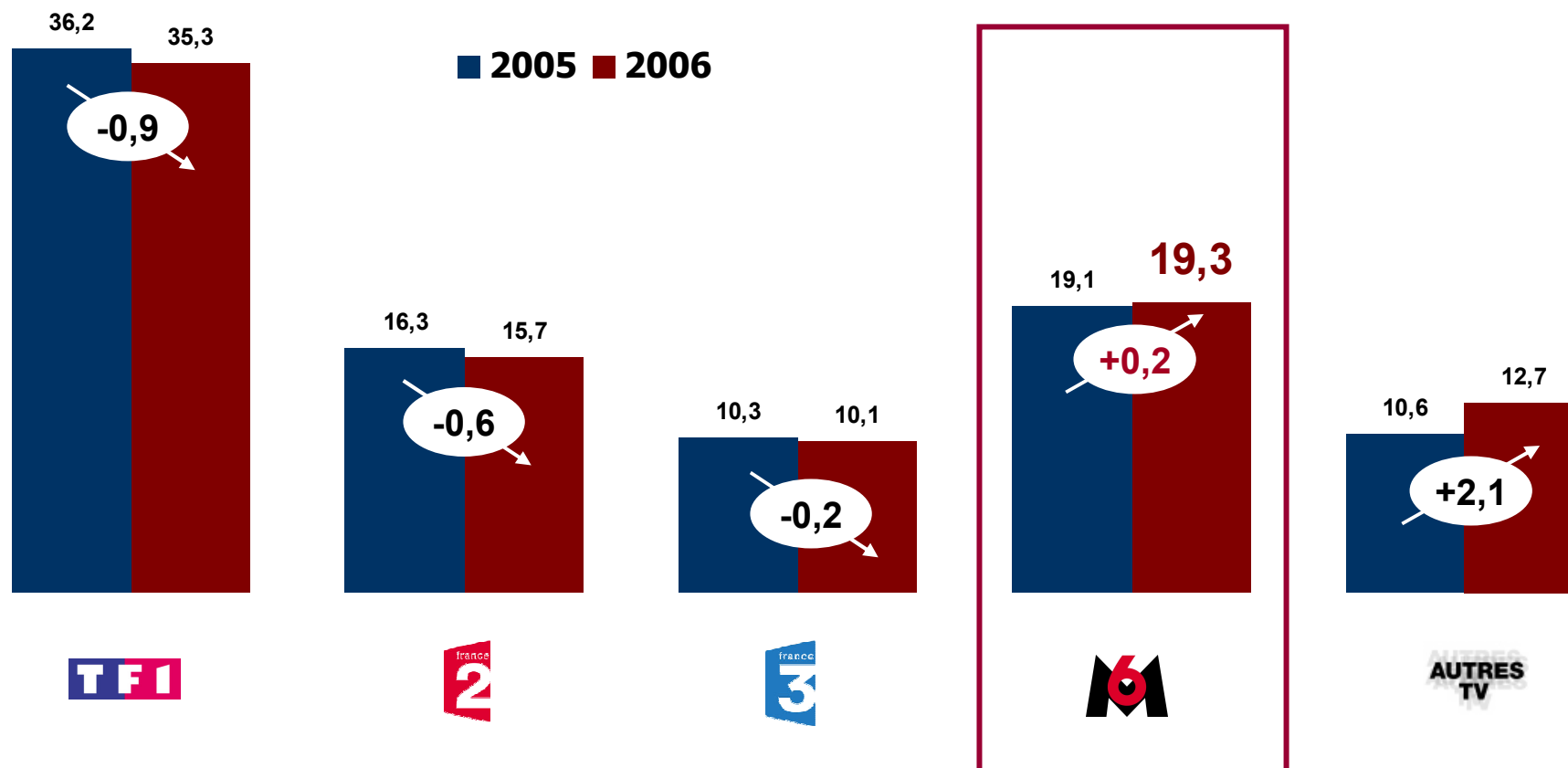


Source : Vague 11 de MédiaCabSat (Janvier – juin 2006) et
Fichiers mediaplanning chaînes TNT (septembre – octobre 2006)



Malgré une concurrence accrue, M6 est la seule chaîne à progresser auprès des Ménagères <50 ans

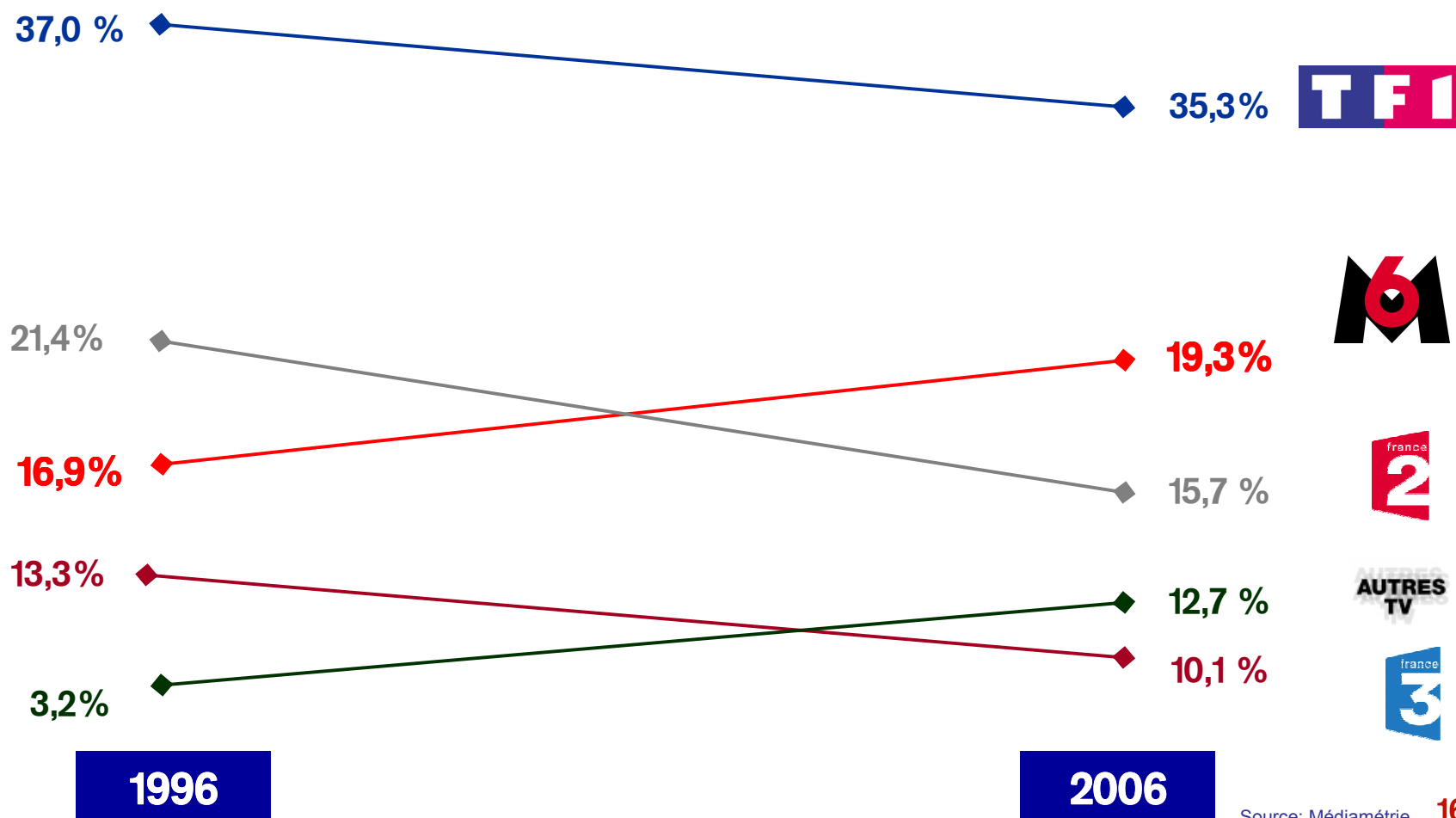
- Part d'audience cumulée en %/ Mén<50 (Année 2006 / 2005)





Succès auprès des ménagères < 50 ans

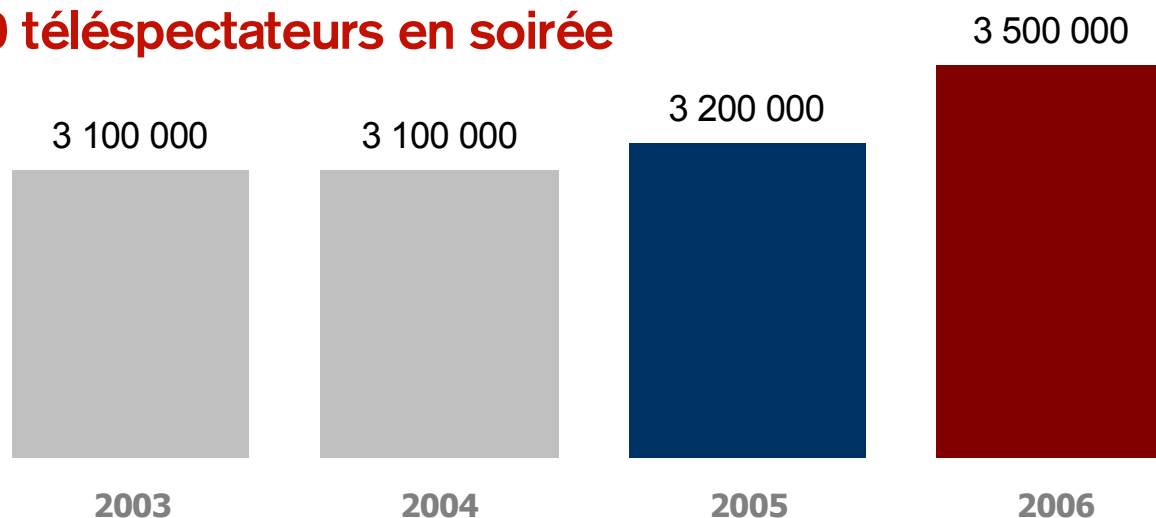
M6 atteint une part d'audience record en 2006 sur les Ménagères





M6, une chaîne de plus en plus puissante

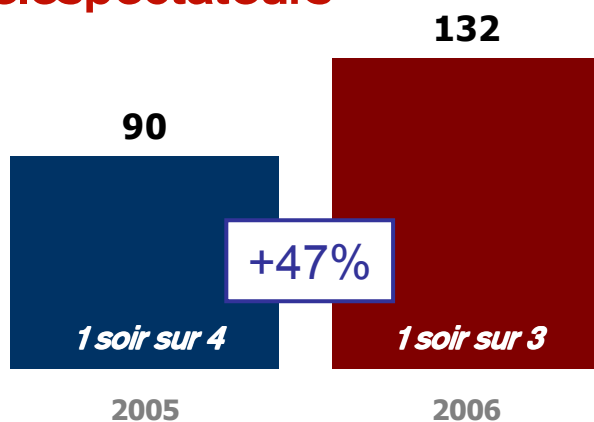
■ + 300 000 téléspectateurs en soirée



Source: Médiamétrie

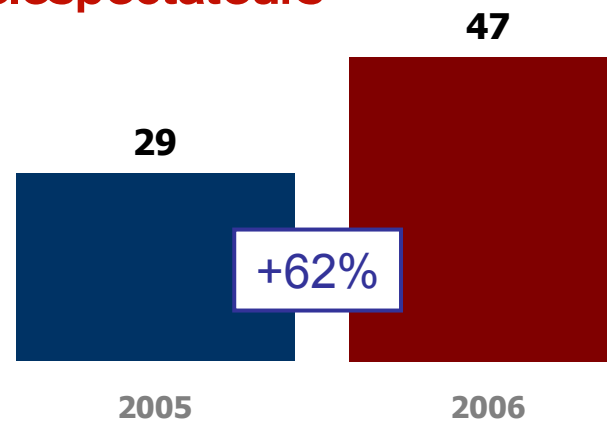
■ Nombre de soirées > 4M téléspectateurs

Source: Médiamétrie



■ Nombre de soirées > 5M téléspectateurs

Source: Médiamétrie





Des succès dans tous les genres

Séries	Fiction	Magazines	Information	Divertissement	Sport
  	  	   	    	  	  

Des succès déclinés sur de nombreuses cases horaires

En soirée toute la semaine

En Prime Time : puissance record en 2006

2^e partie de soirée : des formats innovants

Le Weekend

Lunch : création de marques puissantes

Access : une programmation efficace



Des réservoirs de croissance subsistent





Investissement payant dans la grille, l'exemple de l'access week-end

2005

Dimanche 18h-20h

FICTION

2,2 millions de
téléspectateurs
en moyenne

18% de part d'audience
Mén<50 en moyenne

835 K€ de CA brut
(moyenne par
dimanche)

+0,6 million

+45%

+73%

2006

Dimanche 18h-20h



2,8 millions de
téléspectateurs
en moyenne

26% de part
d'audience
Mén<50 en moyenne

1450 K€ de CA brut
(moyenne par
dimanche)



Top 10 des audiences de 2006

(1 seule édition par format)

			Audience (en millions)
Mercredi 08 novembre	Série : Prison Break		7,5
Vendredi 1 décembre	Série : NCIS Enquêtes spéciales (x2)		6,7
Mardi 13 juin	Coupe du Monde : Brésil - Croatie		6,3
Mardi 20 juin	Série : Desperate Housewives (x2)		5,9
Jeudi 8 juin	Jeu : La Nouvelle Star, la Finale		5,9
Lundi 24 avril	Film : Retour vers le Futur II		5,4
Samedi 1er juillet	Coupe du Monde : All - Argentine		5,3
Mardi 17 octobre	Magazine : Déco		5,3
Mercredi 8 février	Série : Les Bleus		5,2
Vendredi 3 février	Série : Kaamelott		5,2



Publicité



Évolution du marché publicitaire plurimedia

en données brutes : 2006 vs. 2005

Le marché publicitaire plurimedia en brut : 21 211 M€ soit une hausse de 10.7% vs. 2005

Evolution 2006 vs 2005

Investissements 2006 en M€

Presse	+9.5%	7 032.3
Total Télévision (hertziennes, thématiques et TNT)	+9.1%*	6 327.4
Télévision hertziennes	+5.5%	5 477.8
	+5.5%	1 267.9
Radio	+6.6%	3 345.9
Affichage	+4.9%	2 601.9
Internet	+48.2%	1 688.1
Cinéma	+13.6%	202.7



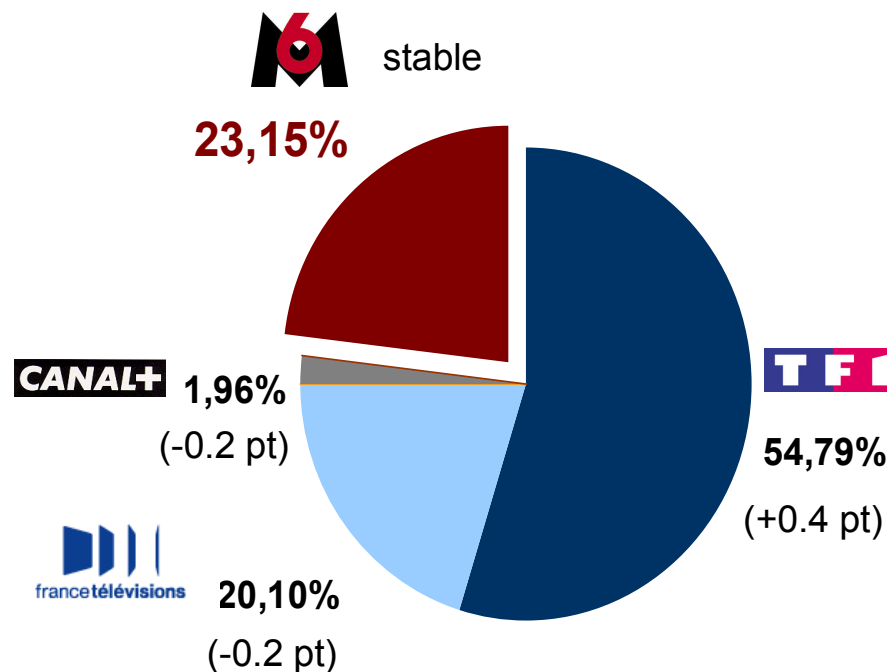
Une progression des investissements publicitaires de M6 dans la lignée du marché TTV

en données brutes : 2006 vs 2005

**Le marché publicitaire TV hertziennes
est en hausse : +5.5% à 5 478 M€
en 2006 vs 2005**

**Parts de marché publicitaire TV
et évolution
2006 vs 2005**

	Investissements 2006	Evolution 2006 vs 2005
	3001.4 M€	+6.3%
	1101.3 M€	+4.7%
	107.1 M€	-4.1%
	1267.9 M€	+5.5%



Source : TNS Media Intelligence

Chiffre d'affaires brut pour les TV nationales hertziennes analogiques



Des écrans de plus en plus puissants sur la cible Ménagères en 2006

M6 affiche une progression d'audience de ses écrans de + 3,3% sur la journée entière (Ménagères)

GRP moyen Ménagères < 50 ans ensemble journée, évolution 2006/2005

0,0%



+ 3,3%



- 4,5%



+ 6,7%



0,0%



Source : PopCorn – L'offre de Fr2 et Fr3 intègre les CINEP, l'offre de C+ intègre les TEMPORIS

Puissance et monétisation progressent significativement en Prime Time



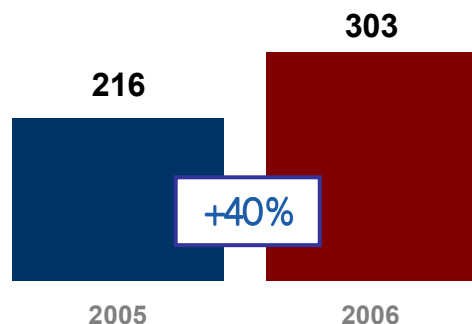
+ 10,1%

Hausse du GRP moyen ménagères en Prime Time

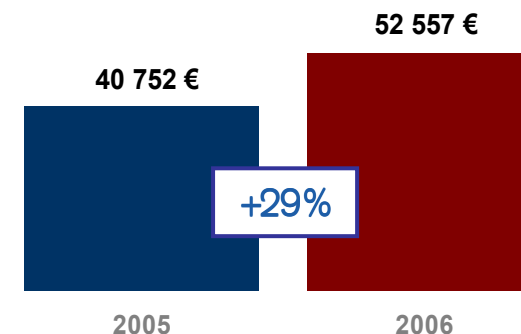
+ 10,2%

Hausse du tarif moyen en Prime Time

Nombre d'écrans > à 10 GRP sur les ménagères < 50 ans



Tarif moyen des écrans > à 10 GRP sur les ménagères < 50 ans

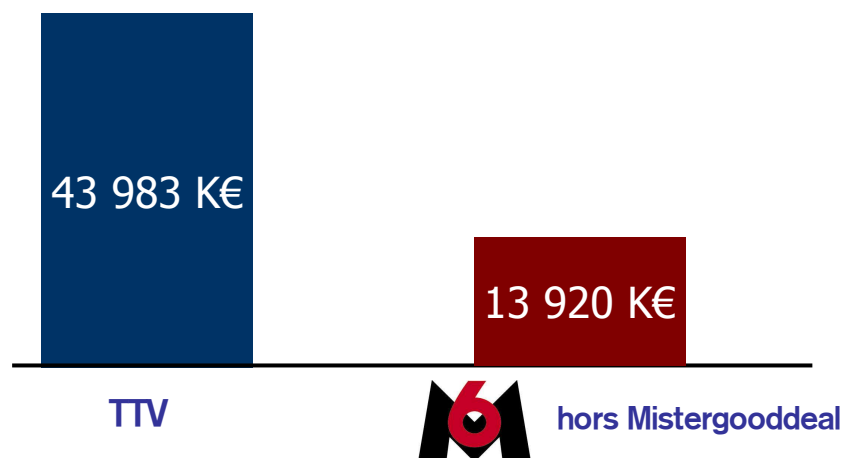




L'arrivée de la distribution sur les chaînes hertziennes

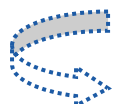
du 1er janvier au 18 février 2007

Investissements bruts du secteur distribution



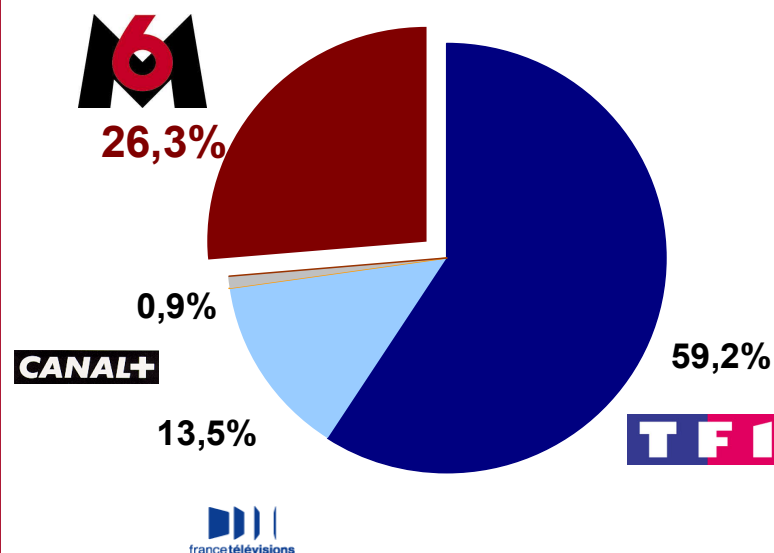
Part de voix du secteur distribution dans les investissements M6 hors MGD : 6,6%

37 campagnes sur 41 du secteur distribution ont communiqué sur M6



Taux de présence M6 supérieur à 90%

Parts de marché publicitaire TV hors Mistergooddeal (données brutes)

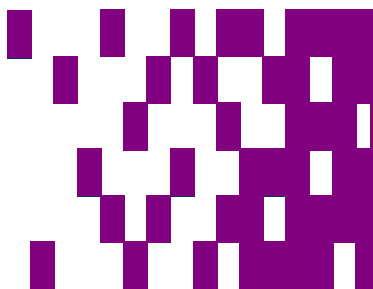


M6 a une part de marché brute sur le secteur de la distribution supérieure à sa part de marché brute moyenne

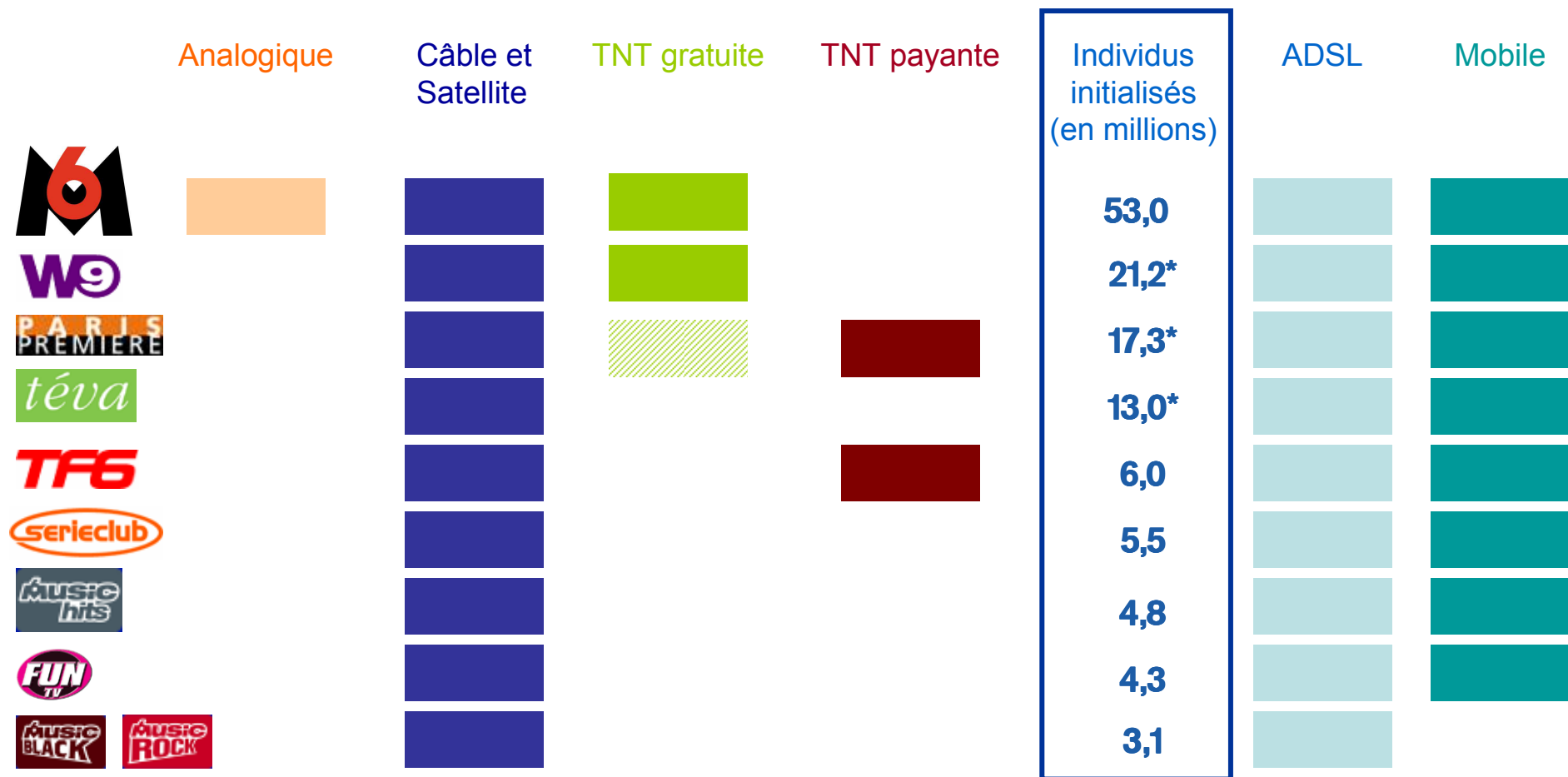


Sommaire

- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ **Chaînes numériques**
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ Enjeux et perspectives
- ✓ États financiers
- ✓ Annexes



Univers de réception des chaînes numériques



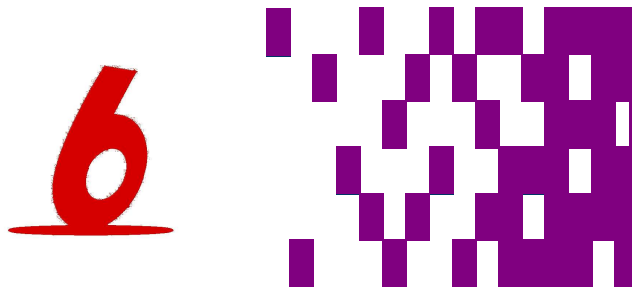
Total équipés TV :
56,1M individus (4 ans +)

Univers Câble et Satellite : 16,0M individus

Univers TNT : 7,3M individus

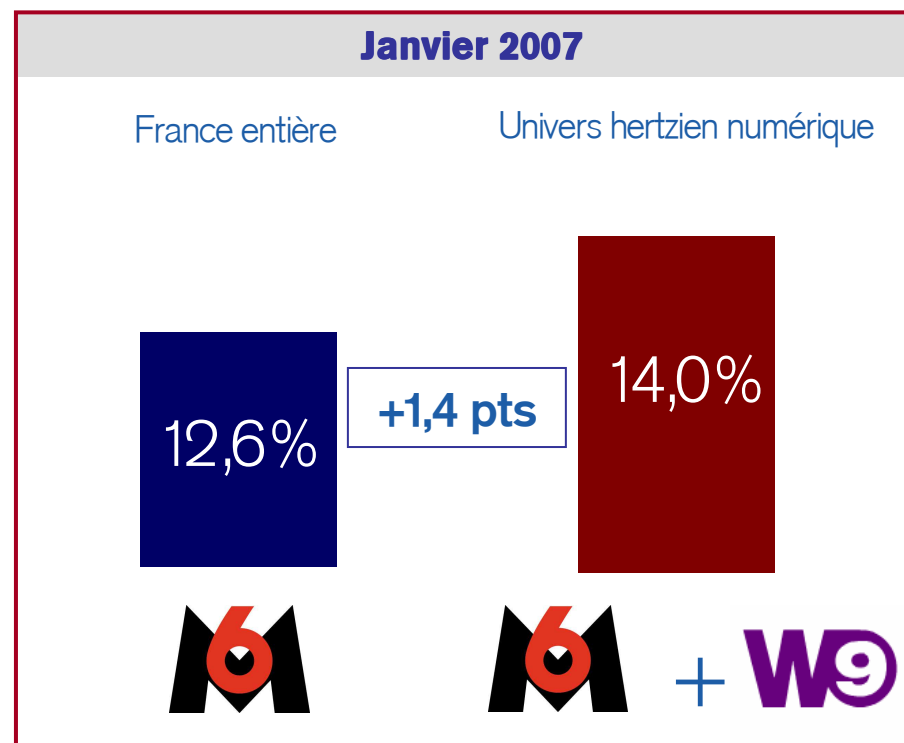
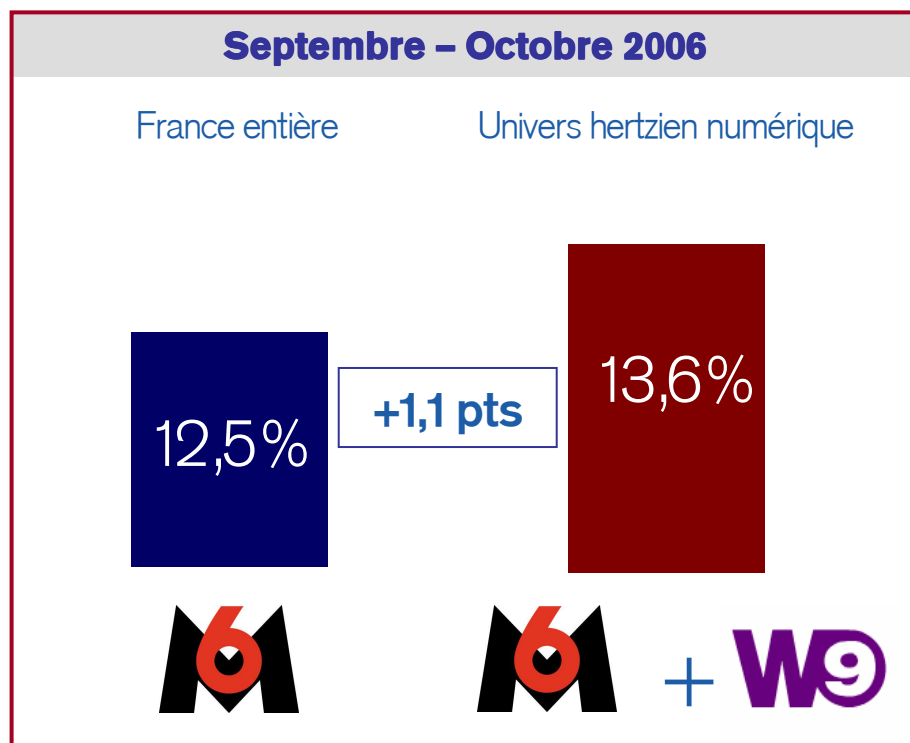
Source : Médiamétrie / MediaCabSat
Janvier – juin 2006

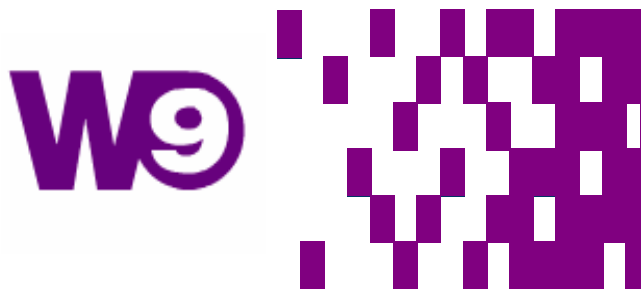
* : données Médiamétrie/ REM
Octobre-décembre 2006 (yc ADSL)



M6, un groupe puissant en TNT gratuite

- La performance cumulée de M6 et W9 sur les équipes TNT est supérieure au score de M6 sur la France entière





W9, une chaîne mini-généraliste

W9 confirme sa montée en puissance, grâce à un positionnement moderne et fédérateur, et se positionne comme le relais de M6 sur les jeunes adultes

Record d'audience 4+

420 000

individus pour le match Portugal – France (Euro Espoirs) le 23 mai, avec un pic à 850 000 en fin de match

Audience moyenne

x2

entre le début et la fin de l'année 2006, sur les moins de 50 ans

Leader en part d'audience nationale sur :

les 15-49 ans

Événements



W9 Live



Grammy Awards

Originalité

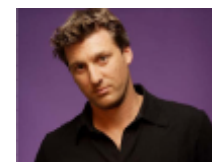


Menu W9

Valeurs sûres



En quête d'action



Nouveautés



The Contender



Fast Club

Sport

Rallye WRC



Football



Séries



NUMB3RS

PRISONBREAK

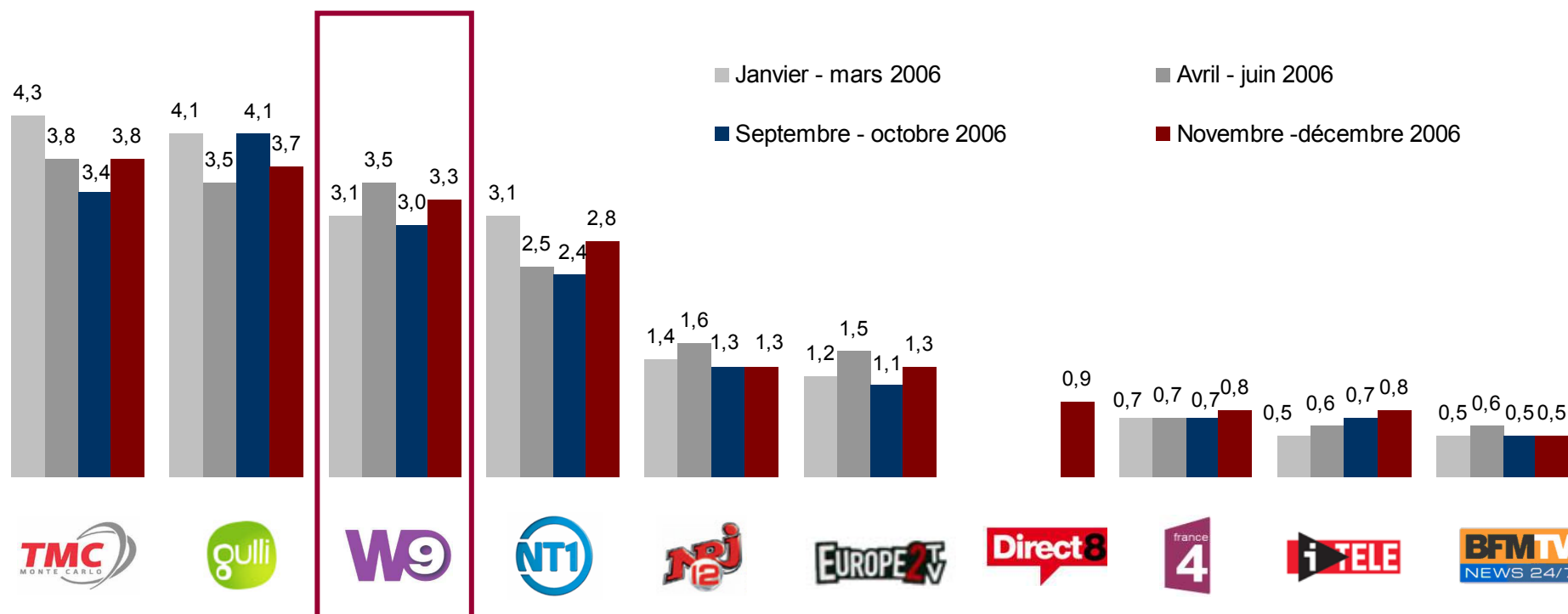
S'EVADER EST JUSTE LE COMMENCEMENT.

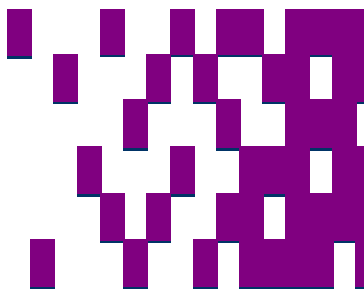


W9 s'est imposée comme une chaîne leader de la TNT sur les principales cibles commerciales

Évolution des performances des nouvelles chaînes de la TNT en 2006

Parts d'audience (en %) – cible : 4 ans et plus équipés TNT

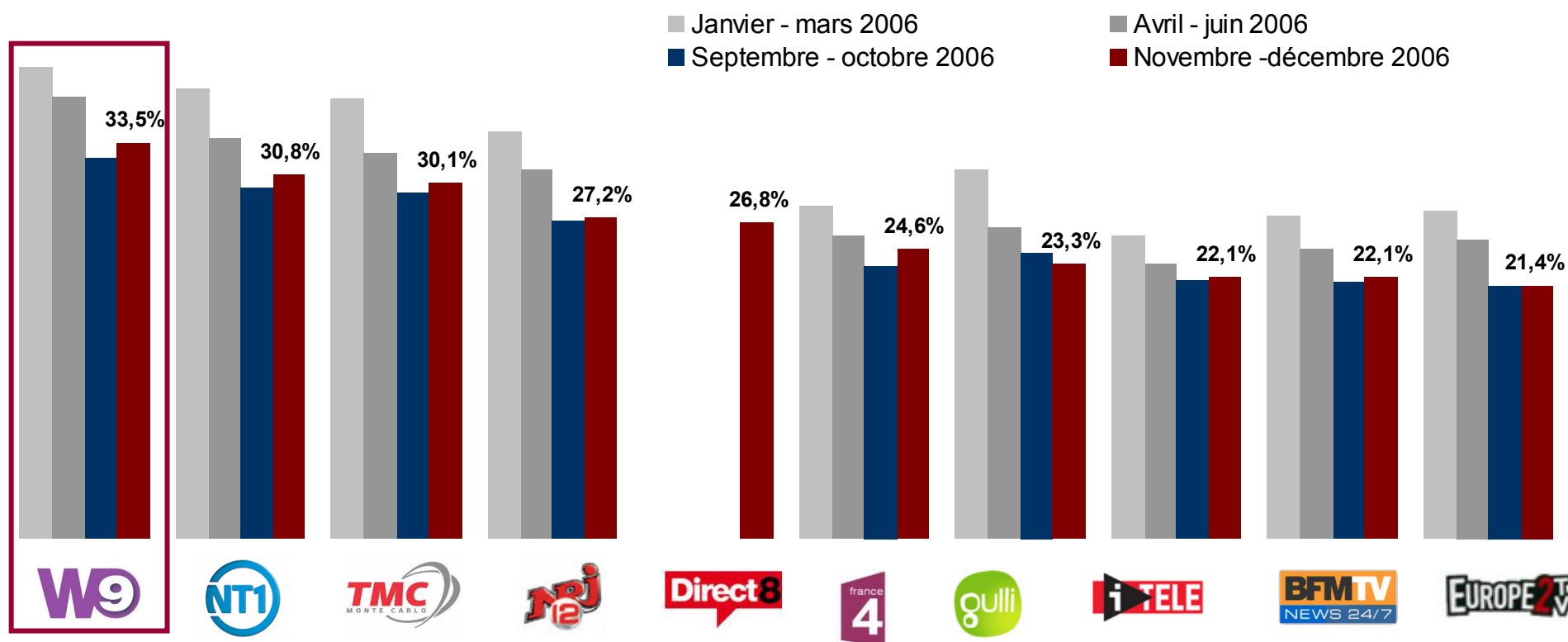


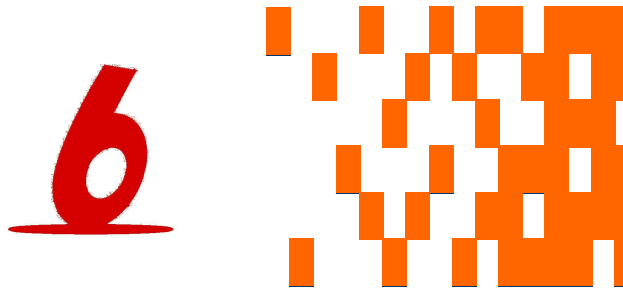


W9 est restée toute l'année la nouvelle chaîne de la TNT la plus regardée par les 4ans et + équipés

Évolution de l'audience cumulée des nouvelles chaînes de la TNT en 2006

cible : 4 ans et plus équipés TNT





Paris Première, identité et singularité

Paris Première, une programmation haut de gamme qui en fait l'une des chaînes les plus attractives des bouquets câble et satellite auprès d'un public CSP+

Magazines culturels



Séries inédites



Événements et spectacles



Disponible sur l'ensemble des réseaux de diffusion (TNT, satellite, câble, DSL et téléphone mobile) **PARIS PREMIÈRE** peut être reçue par plus de **17 millions d'individus** se classant ainsi au 3^{ème} rang des chaînes les plus reçues en France (hors chaînes hertziennes historiques)



Téva, une chaîne généraliste à coloration féminine

Une offre riche et variée, adaptée à la cible principale, les ménagères < 50 ans

Séries modernes



Magazines

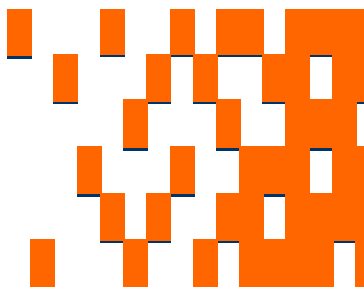


Événements



Accessible à plus de **13 millions d'individus**, **téva** est diffusée par satellite (TPS, CanalSat), le câble, ADSL (Tpsl, CanalSatdsl, Free, 9 Télécom, Alice) et téléphone mobile (Orange).

6



Une famille de chaînes complémentaires



- **Cible:**
✓ Les 15-34 ans



TF6

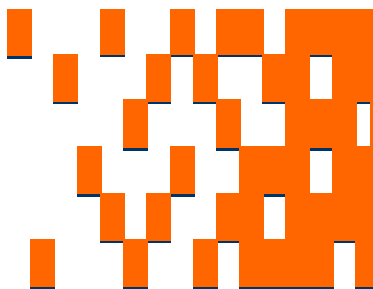
- **Cible:**
✓ Les M<50 ans



serieclub

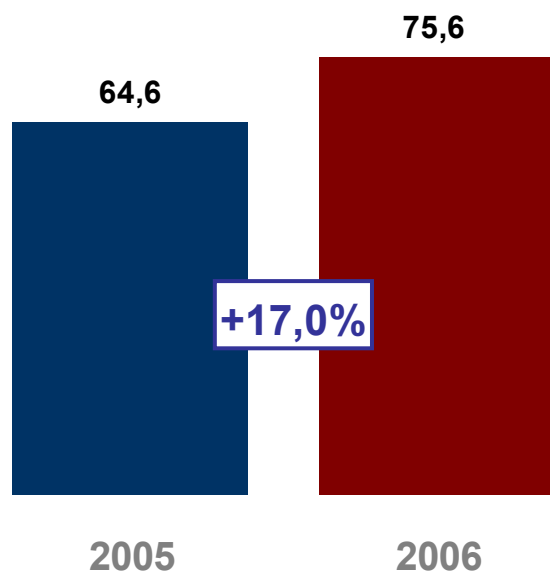
- **Cible:**
✓ Les M<50 ans



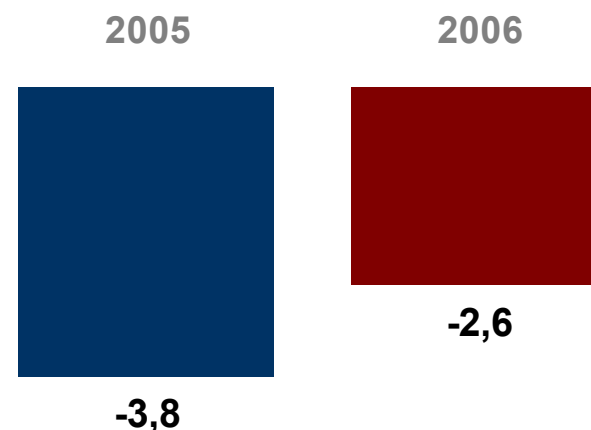


Chaînes numériques: Croissance et investissement

▪ Chiffre d'affaires (M€)



▪ EBITA (M€)



- **Poursuite de l'investissement volontariste**
 - ✓ dans les programmes de W9
- **Qui permet d'imposer W9 comme une chaîne de référence de la TNT**
 - ✓ avec une forte croissance de son chiffre d'affaires publicitaire.

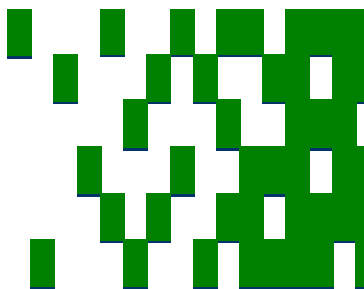
- **Hors W9, les chaînes numériques accentuent leur rentabilité (9,5% vs. 4,8% en 2005).**
- **Cette progression traduit la complémentarité des cibles, et les synergies d'exploitation.**





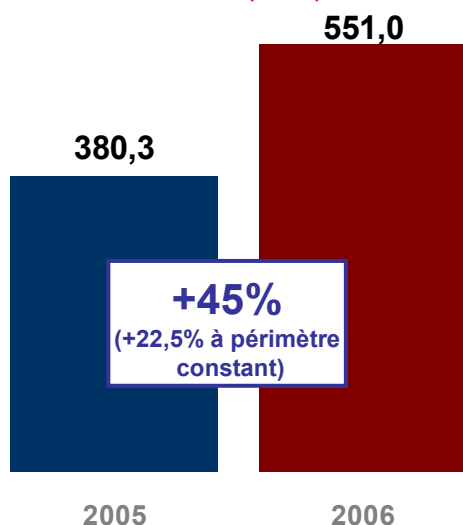
Sommaire

- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ **Diversifications et droits audiovisuels**
- ✓ Enjeux et perspectives
- ✓ États financiers

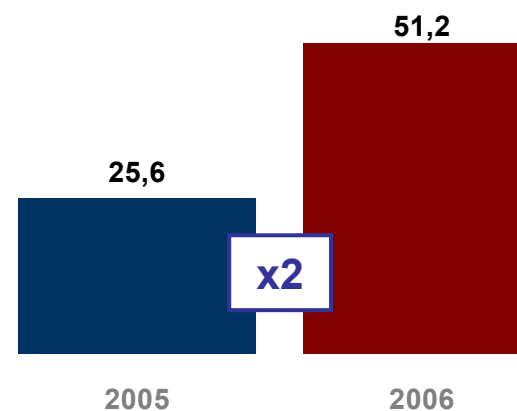


Diversifications et Droits audiovisuels : des relais de croissance et de rentabilité

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



Marge opérationnelle courante : 9,3 % en 2006 (vs. 7,3 % en 2005)



**Pôle vente
à distance**



**Pôle
Interactions**



**Pôle
Interactivité**



FCGB

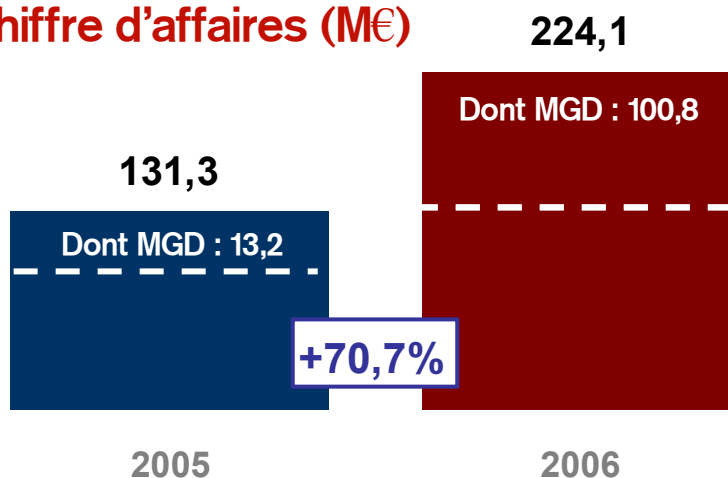


**Pôle droits
audiovisuels**

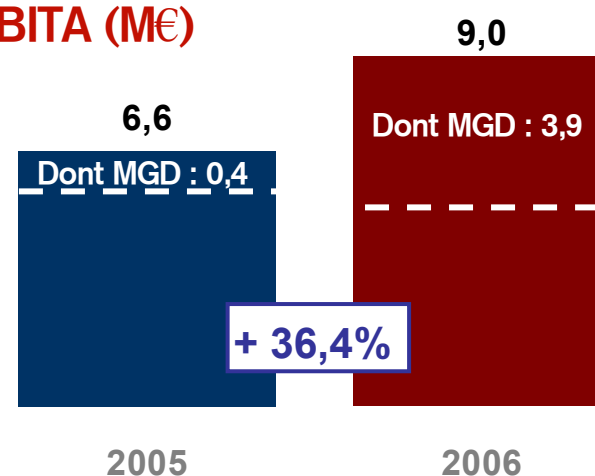


HSS – Mistergooddeal, un acteur multi-canal dans la Vente à Distance

■ Chiffre d'affaires (M€)



■ EBITA (M€)



■ Le chiffre d'affaires progresse de 70,7 % (+5,7% à périmètre constant)

- ✓ La hausse est tirée par les activités Internet : Mistergooddeal.com affiche une croissance supérieure au plan d'affaires
- ✓ La progression d'HSS a été soutenue par le développement de M6 Boutique La Chaîne

■ L'EBITA est en hausse de +36,4%

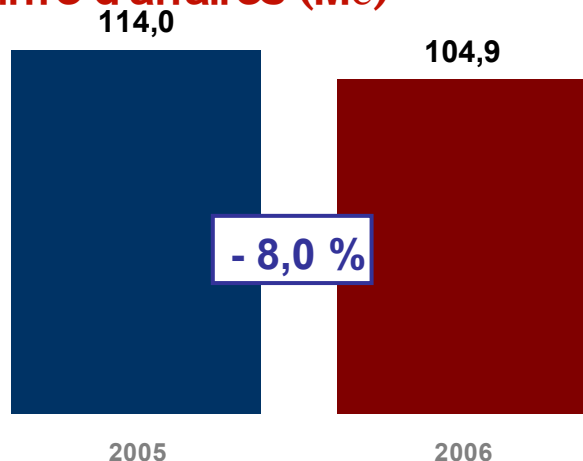
- ✓ L'objectif de marge opérationnelle du Pôle à 4% est d'ores et déjà atteint

■ En janvier 2007, la fréquentation du site Mistergooddeal.com a progressé de +20%

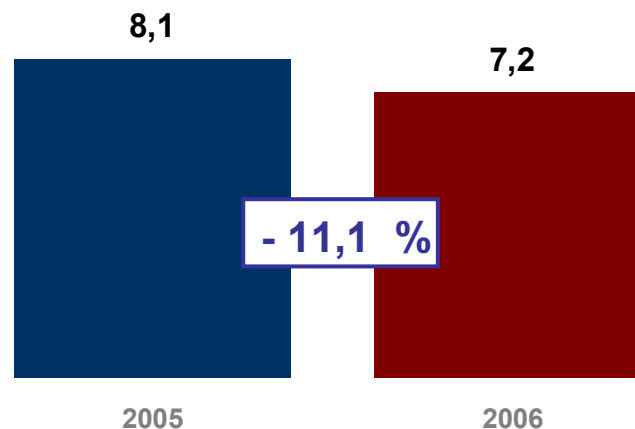
- ✓ 2,5 M VU (visiteurs uniques) en décembre 2006
- ✓ 3,0 M VU en janvier (début de la campagne TV)



Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



Le chiffre d'affaires est en retrait

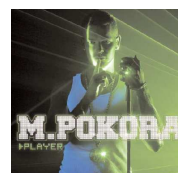
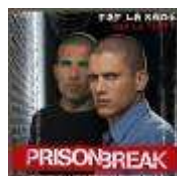
- ✓ Essentiellement pénalisé par le retrait des activités musicales, en dépit de nombreux succès commerciaux

Taux de rentabilité opérationnelle courante maintenu autour de 7%

Déclinaison des succès sur l'ensemble des supports multimédia du groupe, par la création de marques puissantes.

L'exemple de Charlotte aux Fraises :

- ✓ Diffusion sur M6 Kid le matin
- ✓ 1,5 million d'exemplaires de la collection vendus en kiosque





M6 Web, au cœur de la stratégie de proximité et d'interactivité

- Des marques puissantes déclinées sur l'ensemble des supports interactifs

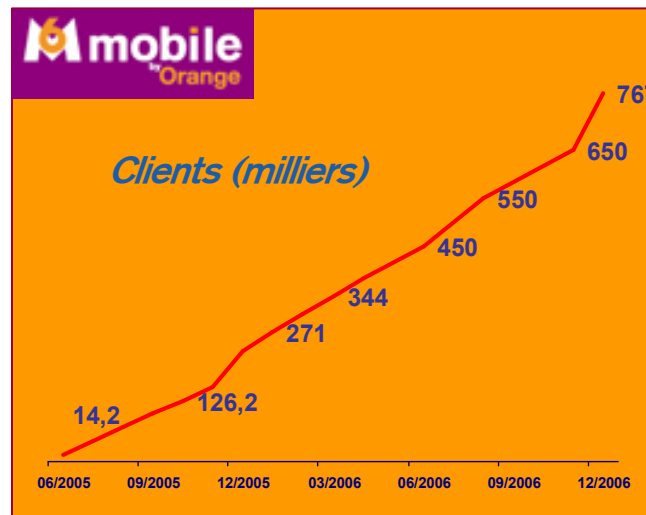
Sites et marques du groupe



Services Payants



Sites communautaires



Les sites des filiales du groupe,
vitrines des contenus de M6

De nouveaux services interactifs
renforcent la puissance de la
marque M6

Des services payants : m6video.fr
(VoD), avec 31 000 épisodes de
Prison Break téléchargés en 2006

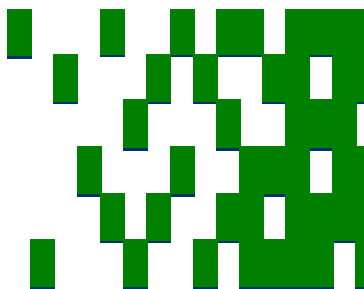
Lancement de nouveaux sites Web
2.0 fin 2006

400 000 vidéos regardées chaque
jour sur Wideo.fr

2 500 000 inscrits sur Habbo Hotel
à fin décembre 2006

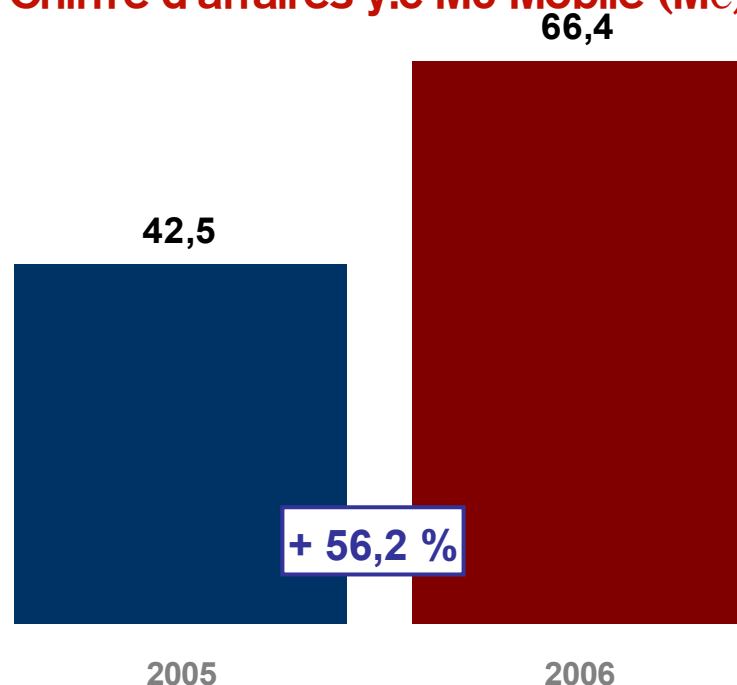
Succès commercial d'une offre
communautaire et identitaire

+ 540 000 clients sur l'année
L'objectif initial (1 million de clients en
l'espace de 3 ans) sera atteint

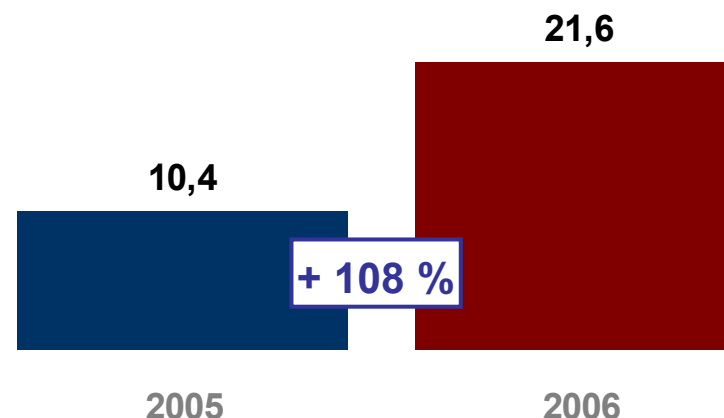


Excellente performance du pôle Interactivité (M6 Web et M6 Mobile by Orange)

▪ Chiffre d'affaires y.c M6 Mobile (M€)



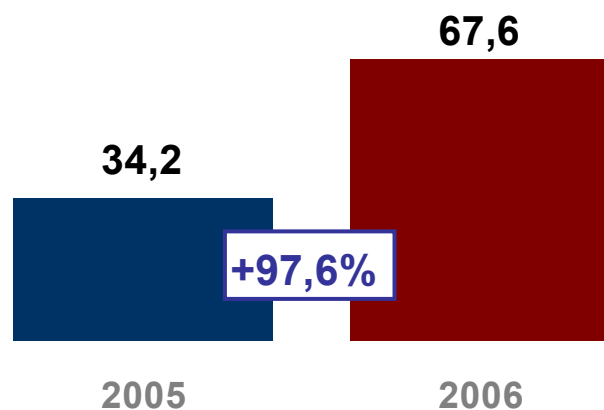
▪ EBITA y.c M6 Mobile (M€)



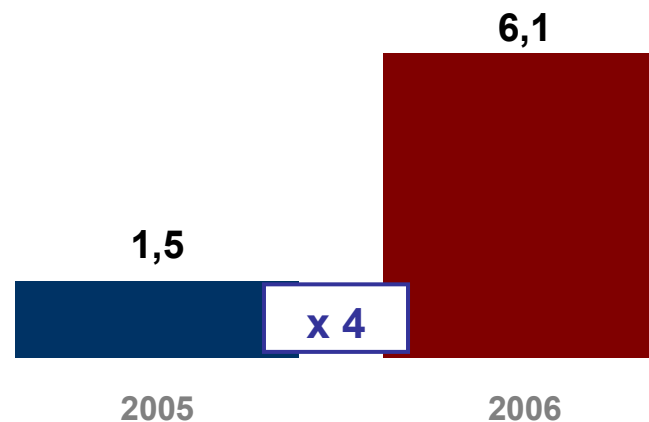
- Le chiffre d'affaires est en hausse de 56,2% avec une progression de l'ensemble des activités
 - ✓ Lancement de nouveaux sites et services communautaires
 - ✓ Dynamisme de M6 Mobile by Orange
- L'EBITA est multiplié par 2, avec une marge opérationnelle courante de 32,5%



▪ Chiffre d'affaires (M€)



▪ EBITA (M€)



▪ Des résultats sportifs satisfaisants

- ✓ Saison 2005/2006 : 2^{ème} place de L1
- ✓ Saison 2006/2007
 - 7^{ème} en Championnat (L1)
 - Qualifié en finale de la Coupe de la Ligue (le 31 mars contre l'OL)

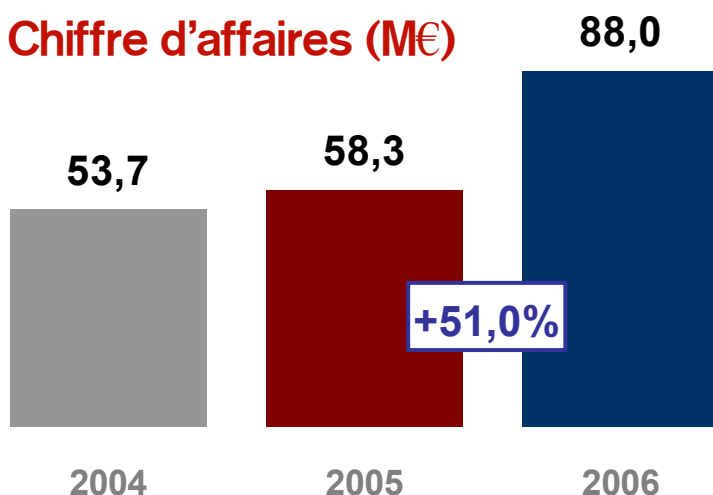
▪ Une amélioration significative de l'EBITA

- Une qualification directe en Champions League, puis en Coupe de l'UEFA (16^e de finale)

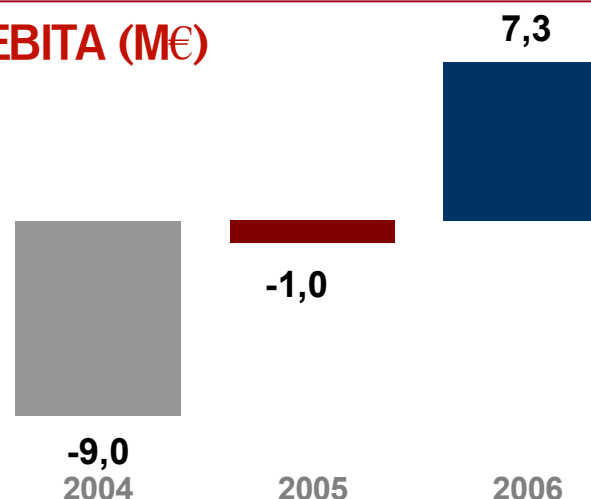


Droits audiovisuels : une stratégie de renforcement

Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



La force d'un catalogue, des succès sur toutes les activités :

- ✓ En distribution Salle : Astérix et les Vikings, Nos Jours Heureux, Lord of War
- ✓ En Vidéo : Mr and Mrs Smith, Astérix et les Vikings, Un dos tres, Kaamelott
- ✓ En distribution internationale : Astérix et les Vikings

Le résultat opérationnel devient largement positif, reflétant la maturité du catalogue

Astérix et les Vikings

- ✓ 1,3 million d'entrées en salle
- ✓ 300 000 DVD vendus
- ✓ Distribué dans plus de 30 pays





Sommaire

- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ **Enjeux et perspectives**
- ✓ États financiers
- ✓ Annexes



Évolution réglementaire : la loi “télévision du futur”

Arrêt de la diffusion analogique

- Arrêt de l'analogique fixé au plus tard au 30 novembre 2011
- Couverture de 95% de la population en numérique hertzien
- Obligation de participer à un service antenne par satellite en clair

TVHD/ TMP

- Mise en place du cadre juridique de la TVHD (télévision en haute définition)
- Priorité donnée aux chaînes nationales diffusées en analogique
- Mise en place du cadre juridique de la TMP (Télévision Mobile Personnelle)

Une autorisation d'émettre prolongée jusqu'en 2022

Deux prorogations de cinq ans de l'autorisation de la chaîne, liées au respect de ces différentes obligations

Un canal supplémentaire

à l'arrêt de l'analogique, pour une nouvelle chaîne



Perspectives et enjeux

Renforcer le cœur de métier : éditeur de contenus

M6 et les chaînes numériques

- Renforcement de la grille
- Consolidation de la puissance
- Cercle vertueux des audiences
- L'atout W9 en TNT
- Loi TV du futur (canal supplémentaire/TMP)
- Distribution sur Canal+ France

Exploiter les marques et les contenus sur tous les supports multimédia

Maîtrise des contenus

- Acquisition des droits de diffusion sur tous les supports
- Exploitation et développement des catalogue

Relais de croissance

- Video
- VOD
- M6 Mobile by Orange
- Sites communautaires
- Internet marchand

Audience de masse et audiences ciblées
Cohérence et complémentarité
de la famille de chaînes

Groupe multimédia, actif sur tous les supports
Complémentarité des métiers



Sommaire

- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ Enjeux et perspectives
- ✓ **États financiers**
- ✓ Annexes



Bilan consolidé simplifié (actif)

M€

	2005	2006	% 2005/2006
Actif non courant	267,9	577,0	+ 115%
Immobilisations incorporelles	169,4	162,4	- 4%
Immobilisations corporelles	61,8	61,3	- 1%
Actifs financiers	6,6	331,1	<i>n.s</i>
Actifs d'impôt différés	30,1	22,3	- 26%
Actif courant	920,6	1029,0	+ 12%
Stocks de droits de diffusion	115,7	148,4	+ 28%
Autres stocks	21,1	28,7	+ 36%
Créances clients nettes	244,4	277,5	+ 14%
Impôts courants	79,1	76,3	- 4%
Autres actifs	216,5	247,4	+ 14%
Trésorerie et équivalents de trésorerie	243,1	250,7	+ 3%
Instruments financiers dérivés et autres actifs financiers	0,7	0,0	<i>n.s</i>
Actifs liés aux activités en cours de cession	201,8	0,0	<i>n.s</i>
TOTAL ACTIF	1390,3	1606,0	+ 16%



Bilan consolidé simplifié (passif)

M€

	2005	2006	% 2005/2006
Capitaux propres	504,1	800,2	+ 59%
Intérêts minoritaires	0,2	0,9	<i>n.s</i>
Passif non courant	27,4	41,6	+ 52%
Passif courant	639,3	763,3	+ 19%
Provisions	56,3	61,8	+ 10%
Dettes financières	1,7	53,1	<i>n.s</i>
Instruments financiers dérivés et crédit bail	0,0	1,1	<i>n.s</i>
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	296,4	348,7	+ 18%
Impôts courants	90,4	79,4	- 12%
Dettes fiscales et sociales	119,0	143,5	+ 21%
Dettes sur immobilisations	20,9	19,9	- 5%
Autres passifs	54,6	55,8	+ 2%
Passifs liés aux activités en cours de cession	219,3	0,0	<i>n.s</i>
TOTAL PASSIF	1390,3	1606,0	+ 16%



Flux de trésorerie simplifiés

M€

Tableau de financement

	2005	2006	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation avant impôt	305,3	316,0	+ 10,7
Variation de BFR d'exploitation	-35,6	-46,5	- 10,9
Impôt sur les sociétés décaissé	-75,4	-74,2	+ 1,2
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	194,3	195,3	+ 1,0
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissements non courants	-108,5	-44,5	+ 64,0
Flux de trésorerie provenant des activités de financement	-96,8	-122,7	- 25,9
<i>Dont dividendes versés</i>	<i>-110,0</i>	<i>-125,1</i>	<i>- 15,1</i>
Flux de trésorerie liés aux activités cédées	42,6	-20,6	- 63,2
Variation globale de trésorerie	31,6	7,6	- 24,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	211,5	243,1	+ 31,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	243,1	250,7	+ 7,6



Sommaire

- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ Enjeux et perspectives
- ✓ États financiers
- ✓ **Annexes**



Contribution par segment en 2005

M€

Compte de résultat

	Antenne M6	Chaînes Numériques	Diversifications & Droits Audiovisuels	Eliminations et résultats non affectés	Activités poursuivies
CA hors groupe	635,0	64,6	380,3	-	1079,9
CA inter-secteurs	27,2	1,4	13,4	41,9	-
Total CA Segment	662,2	66,0	393,7	-41,9	1079,9
Résultat opérationnel courant des activités poursuivies (EBITA)	201,3	-3,8	25,6	-2,0	221,1
Amortissement des marques	-	-	-	-	-
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-	-0,8	-	-0,8
Plus value sur cession d'immobilisations	-	-	13,3	-	13,3
Résultat opérationnel des activités poursuivies (EBIT)	201,3	-3,8	38,0	-2,0	233,6
Résultat Financier					2,7
Part dans les MEQ					-
Résultat avant impôt des activités poursuivies					236,3
Impôt					-85,1
Résultat net des activités poursuivies					151,2
Résultat net des activités cédées (TPS)					5,1
Résultat net					156,3
Part des minoritaires					-0,1
RESULTAT NET PART DU GROUPE					156,2



Contribution par segment en 2006

M€

Compte de résultat	Antenne M6	Chaînes Numériques	Diversifications & Droits Audiovisuels	Eliminations et résultats non affectés	Activités poursuivies
CA hors groupe	656,8	75,6	551,0	-	1283,4
CA inter-secteurs	32,6	1,6	21,6	55,8	-
Total CA Segment	689,4	77,2	572,6	-55,8	1283,4
Résultat opérationnel courant des activités poursuivies (EBITA)	183,0	-2,6	51,2	-8,5	223,0
Amortissement des marques	-	-	-0,9	-	-0,9
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-2,1	-0,5	-	-2,6
Plus value sur cession d'immobilisations	-	-	-	-	-
Résultat opérationnel des activités poursuivies (EBIT)	183,0	-4,7	49,7	-8,5	219,5
Résultat Financier					8,3
Part dans les MEQ					-
Résultat avant impôt des activités poursuivies					227,7
Impôt					-75,4
Résultat net des activités poursuivies					152,3
Résultat net des activités cédées (TPS)					256,8
Résultat net					409,1
Part des minoritaires					-0,6
RESULTAT NET PART DU GROUPE					408,5



Trésorerie nette du Groupe M6 au 31 décembre

M€

	2005	2006	2005	2006
Trésorerie et équivalents de trésorerie	243,1	250,7	2,0	-
Prêt (net) aux filiales (hors TPS)	0,5	0,5	-	-
Compte courant TPS	-	-	-	-
Dette auprès de Vivendi*	-	(52,5)	-	-
Dettes financières courantes et non courantes (dont crédit bail)	(0,8)	(1,0)	(56,1)	-
Trésorerie nette / (Endettement net)	242,8	197,7	(54,1)	-

* Dette reconnue en contrepartie de l'avance versée par Vivendi dans le cadre de l'opération TPS / Groupe Canal+.
L'opération se réalisant par voie d'échange, l'avance a été effectivement remboursée à la date de réalisation, le 4 janvier 2007.