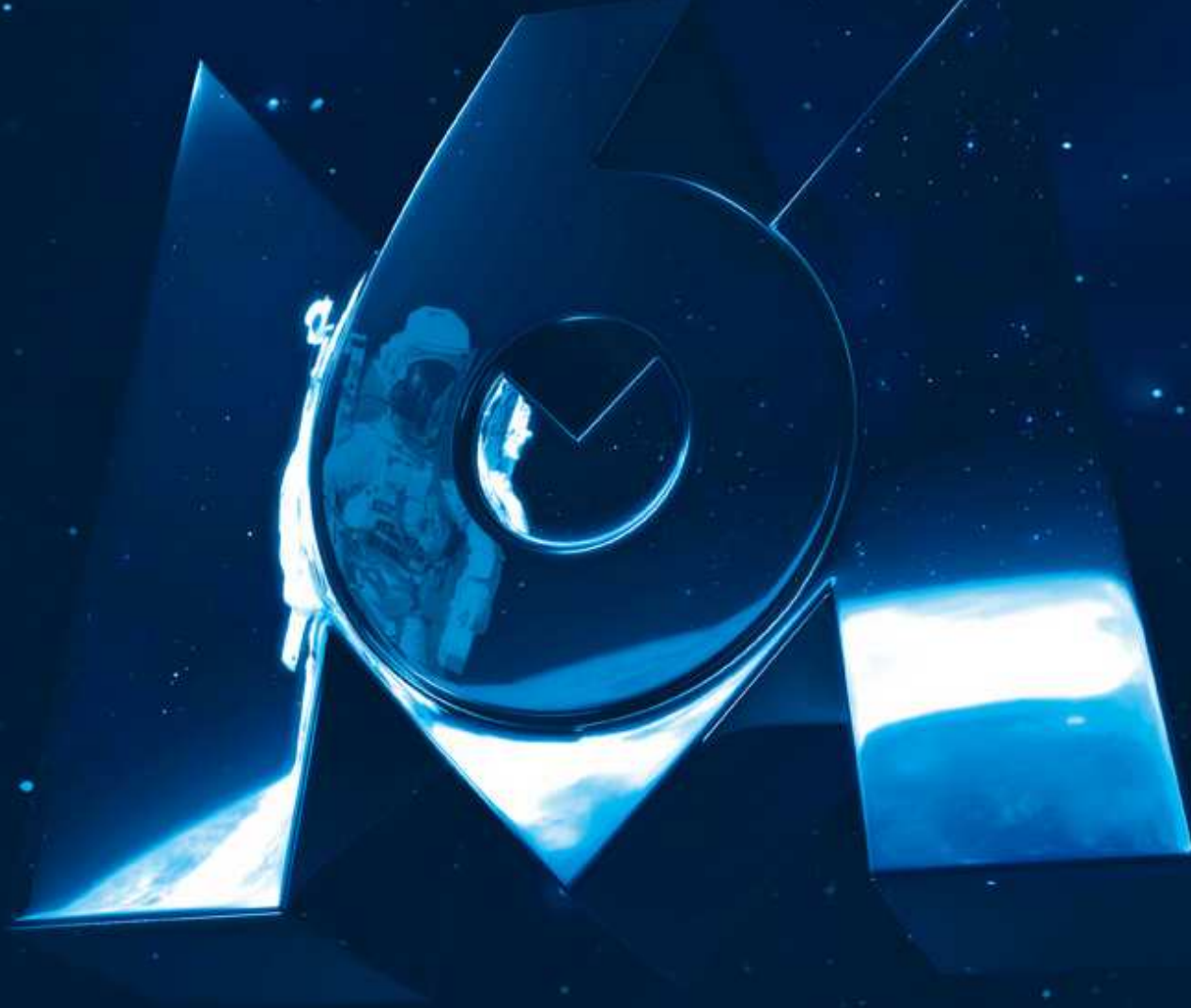


Présentation des résultats 2007



Groupe M6

4 Mars 2008

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.



- ✓ Introduction
- ✓ Télévision
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ États financiers
- ✓ Perspectives
- ✓ Annexes



Environnement & Marchés

Accélération de la numérisation

- **Initialisation numérique** : 56 % vs. 35% en 2006*
- **Fragmentation des audiences** :
 - croissance de la part d'audience des « Autres TV » **+3.8 pts** vs. les chaînes historiques
 - concurrence renforcée en journée et en avant-soirée
- **Fragmentation du marché de la publicité** :
 - croissance de **+0.5%** du marché des chaînes hertziennes
 - croissance de **+46.8%** des chaînes numériques (TNT et Cabsat)
- **Déclin de certains marchés physiques** :
 - Musique : **-17%**
 - Vidéo : **-11%**
 - Collections d'objets en kiosques

Faits marquants du groupe

Audiences :

- **M6** : **18,0 %** ménagères < 50 (nationale)
 - soit -1 pt sur la cible des 4+
 - soit -1,3 pt sur la cible Mén < 50
- **W9** : **1.3 %** ménagères < 50 (nationale)
 - soit + 0,6 pt sur les 4+ Nat
 - soit + 0.8 pt sur les 4+ TNT
- **M6 + W9** : **19.3%** Ménagères < 50

Publicité **+6.9%** plurimédia

- **M6** : **+ 4,0%**
- **Chaînes numériques** : **+ 51.1%**
- **Presse et internet** : **+ 25.8%**

Coût de grille M6 **299 M€ (-1.1%)**

Succès des diversifications

- **Pôle VAD** : **270 M€** de CA (+20.9%)
- **M6 Mobile** : **1.1 million** d'abonnés au 31/12/2007

Investissements & Financement

Investissements **89.9 M€**

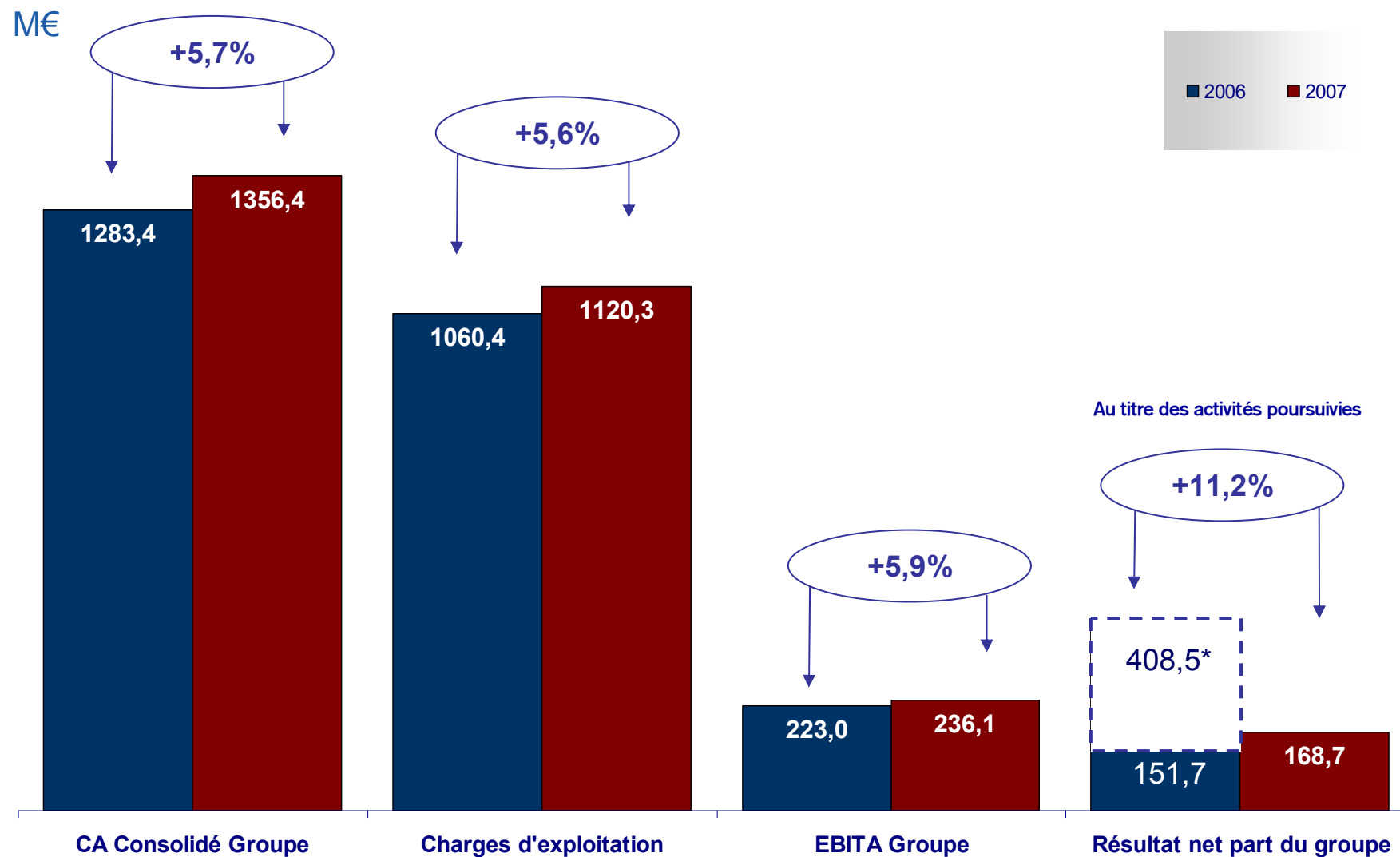
- **Télévision** : acquisition de 49% de Téva
 - rachat des minoritaires
 - complémentarité forte avec les autres chaînes du groupe
- **Contenus** : **9,8%** dans Summit Ent. US
 - renforcement des liens avec la production cinéma américaine pour l'activité « tous droits » de SND.
- **Internet** : **34%** dans Annoncesjaunes.fr
 - co-actionnariat avec Pages Jaunes
 - développer un challenger des annonces
- **Patrimoine** : acquisition d'un immeuble
 - 4.000 m2 à Neuilly sur Seine
 - Sécurité contre la hausse des loyers

Rachat d'actions **45.2 M€**

* Source M6, Part de foyers initialisés numérique dans équipés TV

Chiffres clés 2007

Rentabilité du Groupe



* Incluant la plus-value de cession des parts dans TPS

Chiffres clés 2007

Rentabilité du Groupe



■ CA consolidé Groupe : + 73,0 M€

dont principalement:

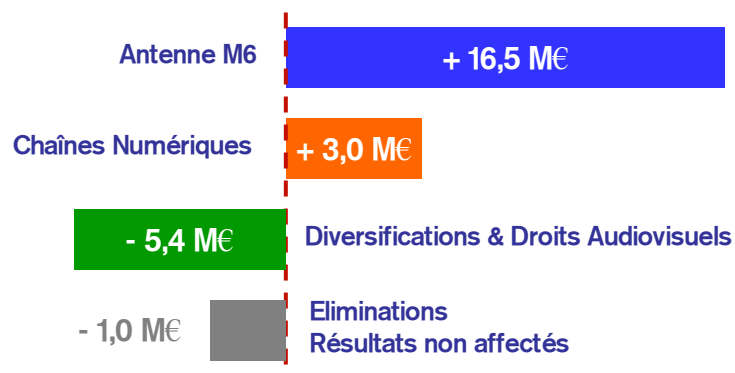
CA publicitaire Groupe (+ 6,9%)	+ 48,1 M€
dont CA M6 (+ 4,0%)	+ 26,2 M€
Vente A Distance	+ 46,7 M€
M6 Web et M6 Mobile	+ 7,4 M€
FCGB	- 6,6 M€
M6 Interactions	- 20,5 M€

■ Charges Opérationnelles : + 59,9 M€ (nets des autres produits opérationnels)

dont principalement:

Coût direct des produits vendus par le pôle VAD	+ 29,9 M€
Renforcement des équipes	+ 8,0 M€
Rémunération en actions (IFRS 2)	+ 4,1 M€
Taxes sur CA	+ 4,4 M€

■ l'EBITA Groupe : + 13.1 M€



■ Résultat net PdG des activités poursuivies : + 17 M€

dont principalement:



Croissance de l'EBITA	+ 13,1 M€
Variation de juste valeur de l'actif Canal + France	+ 18,9 M€
Baisse du résultat financier	- 4,3 M€
Augmentation de l'IS	- 12,4 M€

Contributions par segment



M€

	Chiffre d'Affaires		EBITA	
	31/12/2006	31/12/2007	31/12/2006	31/12/2007
Antenne M6	656.7	681.6	+180.0	+196.5
Télévision numérique	75.6	100.0	-2.6	+0.3
Diversifications et droits audiovisuels	551.0	574.6	+51.2	+45.7
Eliminations et résultats non affectés	0.1	0.2	-5.6	-6.5
Total	1283.4	1356.4	+223.0	+236.1



en M€ sauf données en % et ratios boursiers

Groupe M6

2005

2006

2007

Indicateurs et ratios clés

FCF avant impôt ajustés (hors inv. Exceptionnels)	204,9	230,7	236,9
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	20,5%	17,4%	17,4%
Cash Conversion Ratio ajusté (A)	92,7%	103,5%	100,4%
Marge Nette (Res. Net / CA)	14,0%	11,9%	12,4%

Note A: Ratio calculé sur la base du FCF ajusté (hors investissements exceptionnels)

Sommaire



✓ Introduction

✓ **Télévision**

- Audiences
- Publicité
- Chiffres clés :
 - Antenne M6
 - Chaînes numériques

✓ Diversifications et droits audiovisuels

✓ États financiers

✓ Perspectives

✓ Annexes

Audiences



Audiences Chaîne M6



Chaîne M6

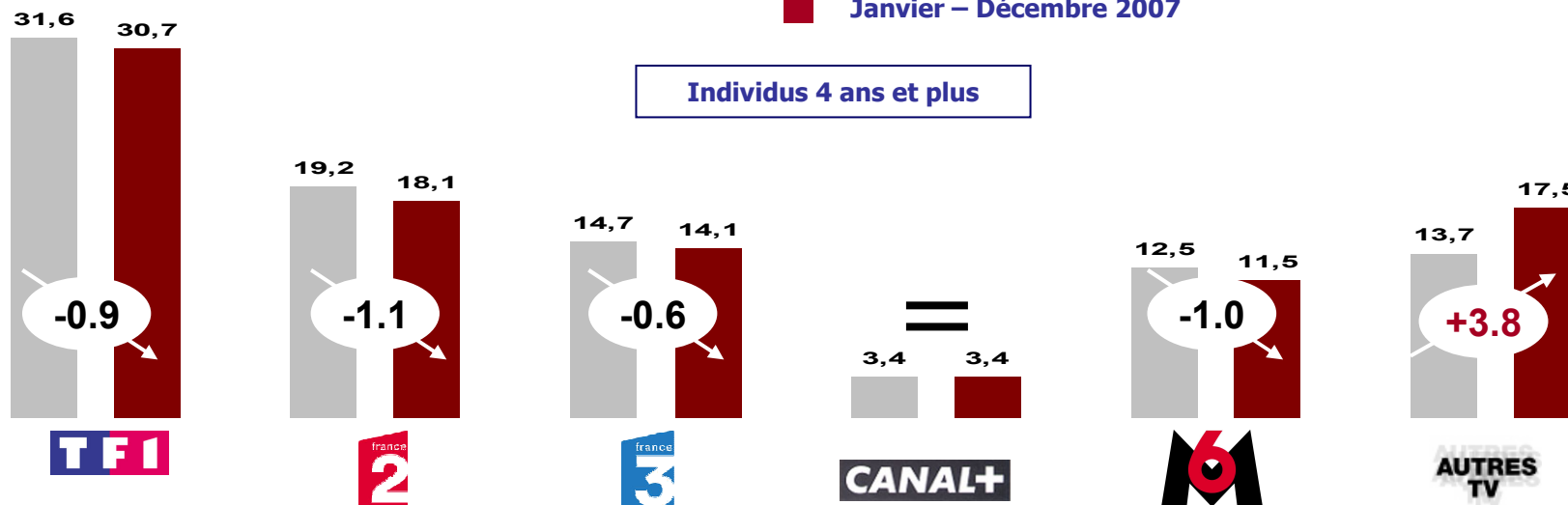
Part d'audience des chaînes nationales



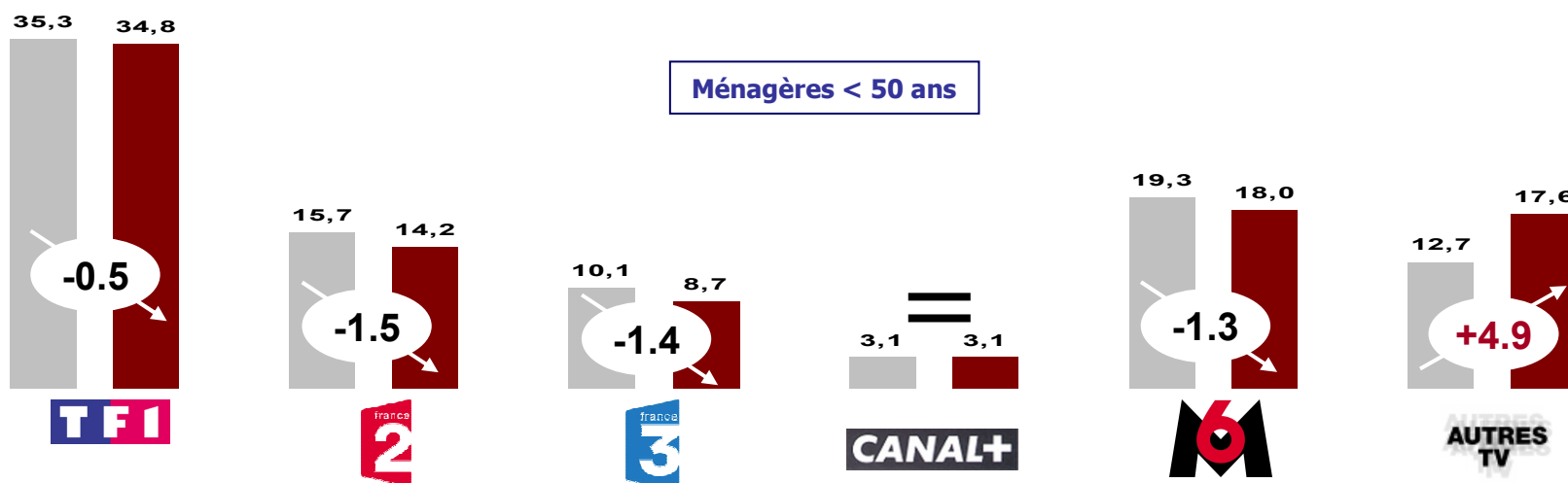
Part d'audience cumulée 2007

■ Janvier – Décembre 2006
■ Janvier – Décembre 2007

Individus 4 ans et plus



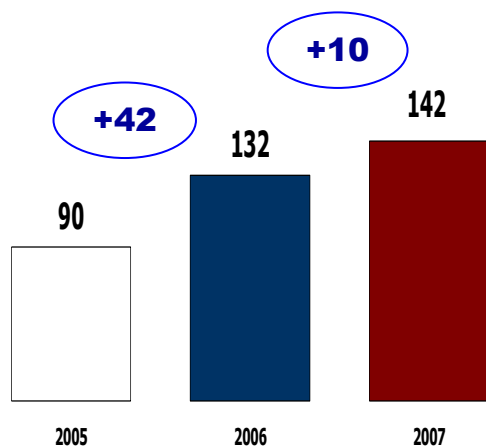
Ménagères < 50 ans



Des soirées toujours plus puissantes

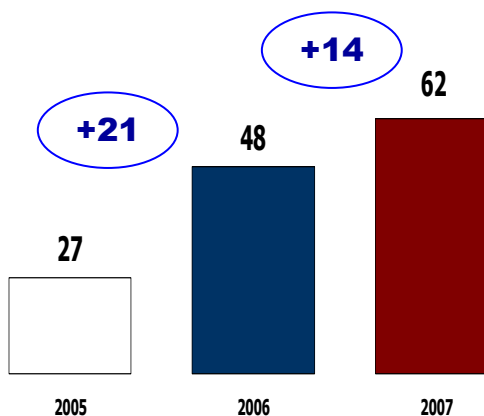


Audience > 4.0 millions de téléspectateurs en prime time Année 2007



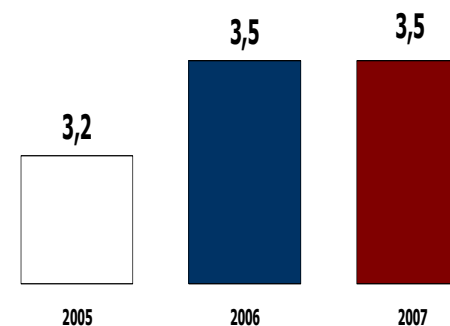
1 soirée sur 3 > 4.0 millions de téléspectateurs

Nombre de soirées M6 Leader des moins de 50 ans



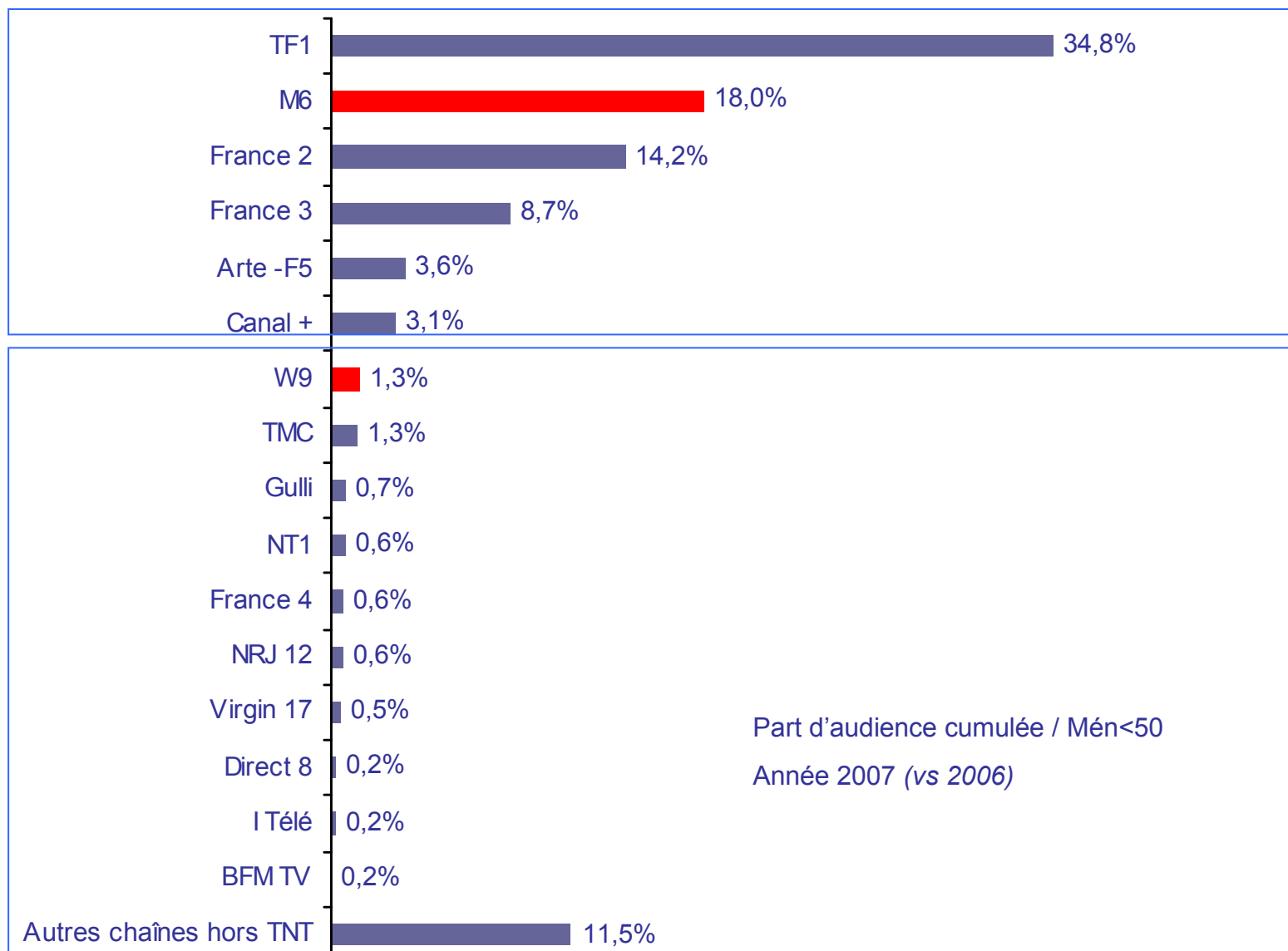
Plus d'une fois par semaine, M6 est leader sur la cible des moins de 50 ans

Audience de M6 en prime time – en millions- (20h55 – 22h40)



Maintien de la puissance en prime time

M6 et la fragmentation sur la cible des ménagères <50 ans



Chaînes
historiques:
82.4%

Autres TV:
17.6%

Un enjeu majeur d'audience pour M6: l'access prime time



Millions de téléspectateurs par tranches horaires

3.3 millions

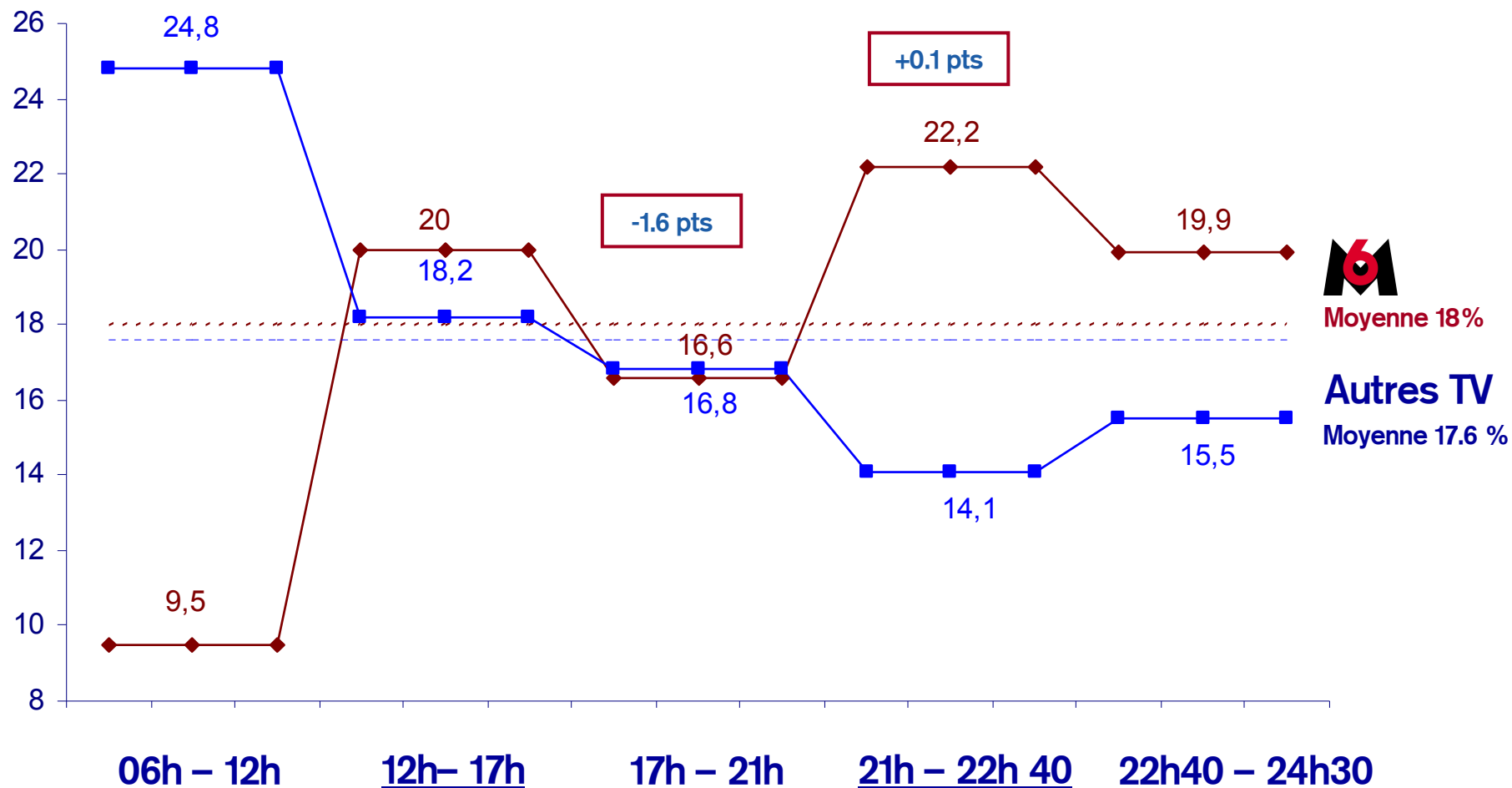
9.7 millions

15.4 millions

23.2 millions

10.5 millions

En % audience M<50 ans



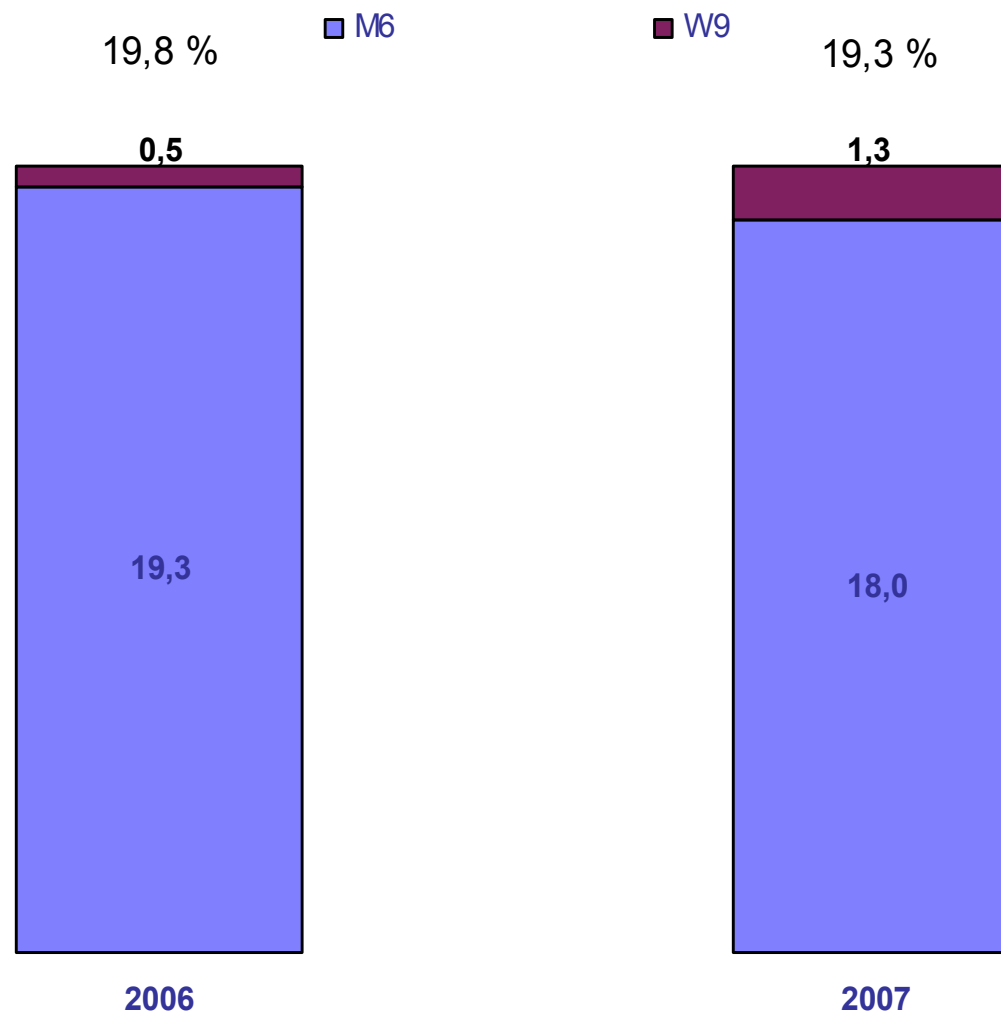
Audiences Chaîne W9



Audiences
W9

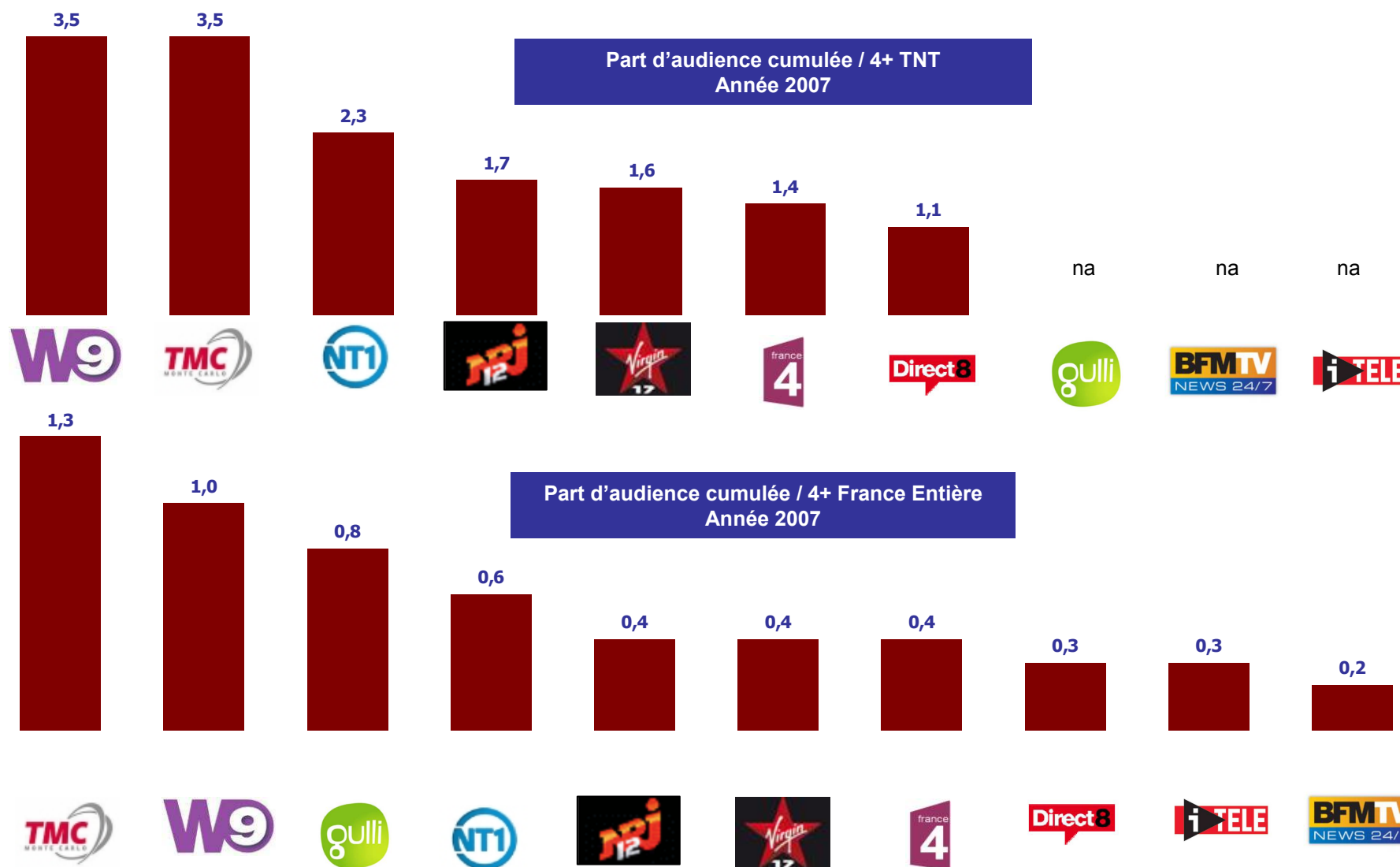
Le poids du groupe M6 en TNT gratuite se renforce, M6 résiste mieux et W9 progresse

En pda M-50 France Entière



Audiences
W9

W9 leader dans l'univers TNT

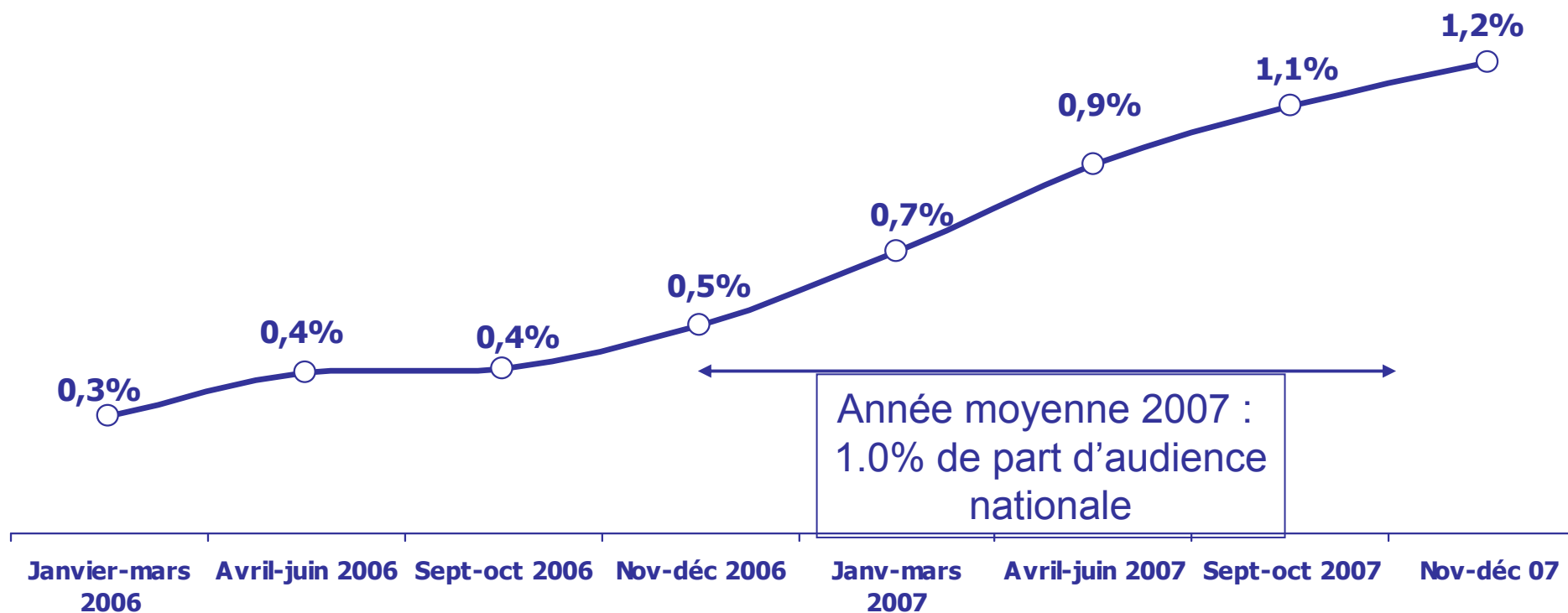


Source: Médiamétrie

Montée en puissance de W9



W9 en pda nationale 4+ depuis janvier mars 2006

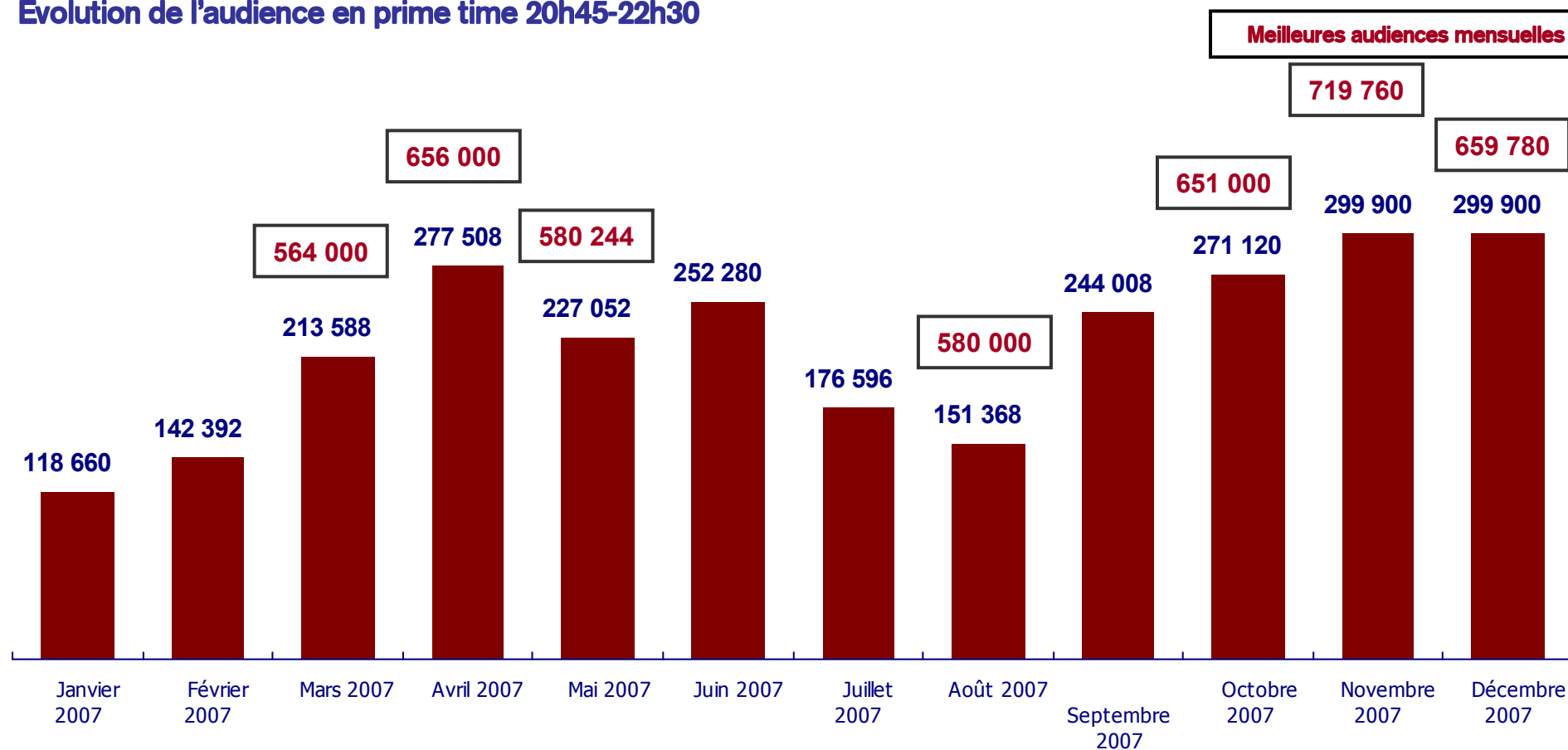


Audiences
W9

Progression de la puissance de W9 en Prime



Évolution de l'audience en prime time 20h45-22h30



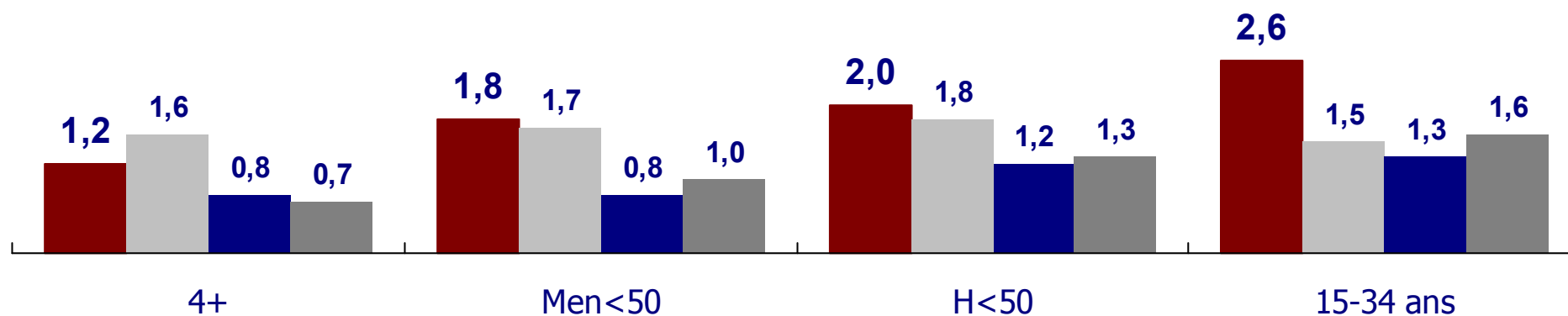
Audiences
W9

W9 leader sur toutes les cibles commerciales clés



Parts d'audience nationale en % - novembre-décembre 2007

■ W9 ■ TMC ■ NT1 ■ NRJ 12

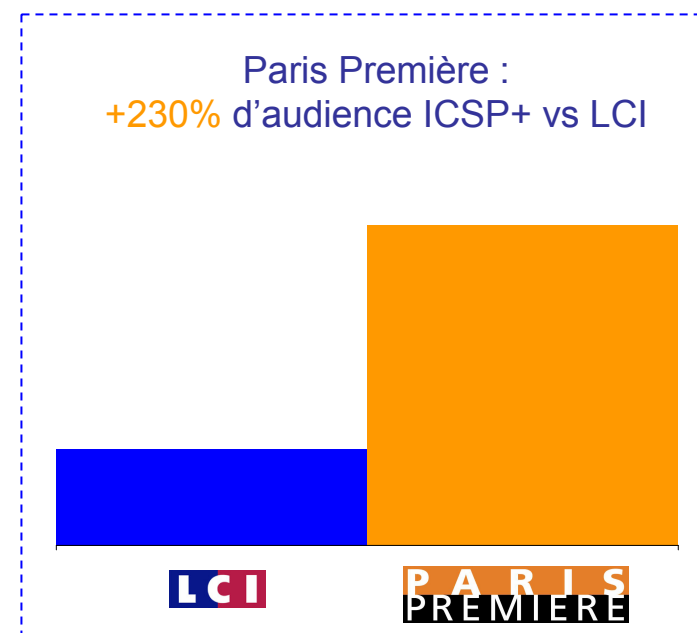
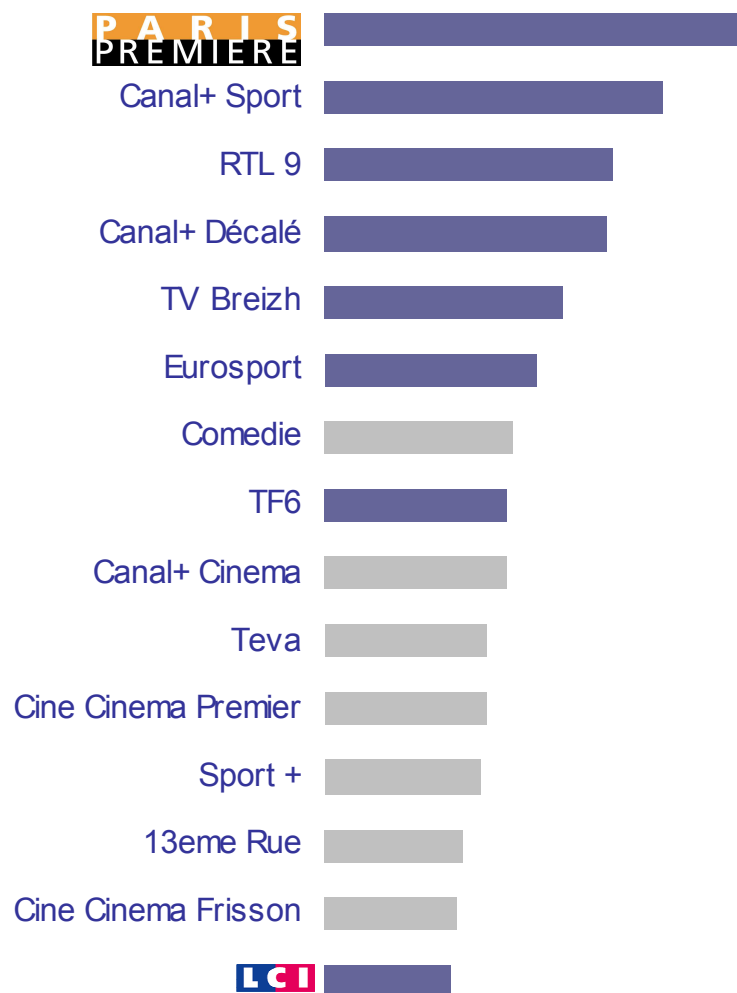


Audiences

La famille câble-satellite



Paris Première prend le leadership des chaînes numériques payantes sur les CSP+



Sources :

Vague 13 de MédiaCabSat janvier – juin 2007 / Audiences des chaînes sur les offres payantes câble et satellite de plus de 15 chaînes

Fichiers mediaplanning chaînes TNT novembre-décembre 2007 / Audiences des chaînes sur l'ensemble de leurs univers de diffusion

Une famille de chaînes qui assoit sa puissance sur des positionnements de niche forts



3 chaînes numériques se placent dans le Top 15 des chaînes les plus regardées du paysage numérique

**PARIS
PREMIERE**

Rang 4+

3ème

téva
télévision d'émotions

13ème

serieclub

14ème

Des chaînes particulièrement performantes sur leur cœur de cible

**PARIS
PREMIERE**

Cœur de
cible

Rang sur
cible

Progression
sur cible

CSP+

1ère

+32%

téva
télévision d'émotions

Mén<50 ans

4ème

+37%

serieclub

Mén<50 ans

10ème

+173%

Top Audiences Groupe 2007



6 800 000

NCIS

6 200 000

SISTER
ACT

5 800 000

NOUVELLE
STAR

5 800 000

BONES

5 700 000

CAPITAL



720 000

KYLE
XY

690 000

BAD BOYS

690 000

AMERICAN
PIE 2

690 000

LE MONDE
DES
RECORDS

660 000

LES SIMPSON



570 000

FOOT UEFA
ATHENES -
PSG

460 000

LA REVUE DE
PRESSE DU
THEATRE DES
DEUX ANES

440 000

SARKOZYX
LE GAULOIS

360 000

NESTOR
BURMA

350 000

FLORENCE FORESTI
FAIT SES
SKETCHES...

Publicité

Evolution du marché publicitaire plurimedia



Le marché publicitaire plurimedia en brut : 22 971 M€ soit une hausse de 6.2% vs l'année 2006

Evolution 2007 vs 2006

Investissements 2007 en M€

TOTAL PLURIMEDIA

+6.2%

22 971.1

PRESSE

+2.3%

7 254.4

TÉLÉVISION hertz+TNT + cab/sat +régionale

+6.5%

6 741.6

Chaînes hertziennes

+0.5%

5 507.5

Chaînes cabsat

+25.6%

796.7

Chaînes TNT

+119%

407.2

RADIO

-1.1%

3 309.9

INTERNET

+34.5%

2 767.9

AFFICHAGE

+2.6%

2 674.5

CINÉMA

+7.4%

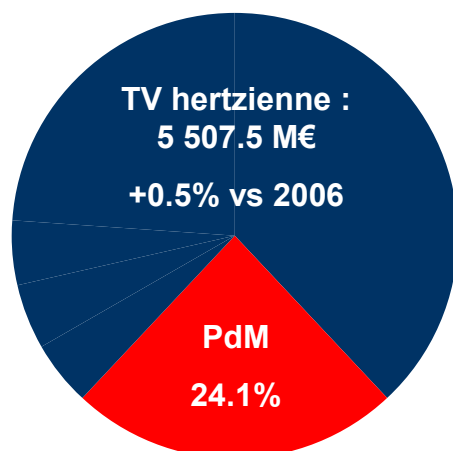
217.7

Evolution du marché publicitaire TV par univers et PDM du groupe M6



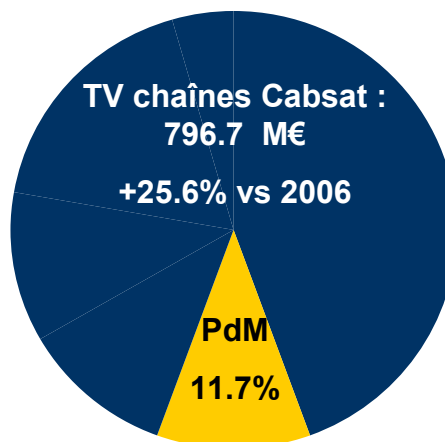
TOTAL TÉLÉVISION : 6 741.6 M€ en 2007

CHAÎNES HERTZIENNES
81.7 % des invsts TV



1 326.3 M€
+4.6% vs 2006

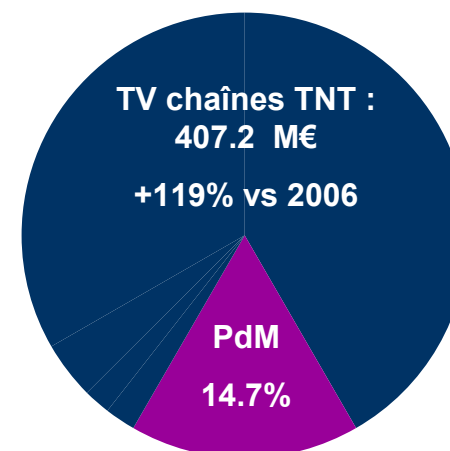
CHAÎNES CAB-SAT (hors TNT)
11.8 % des invsts TV



M6 Thématiques

93.5 M€
+10.3% vs 2006

CHAÎNES TNT
6 % des invsts TV



60 M€
+257.5% vs 2006

100% du CA



50% du CA



Note : le total télévision (6 741.6 M€) inclus 30 M€ de télévision régionale
soit 0.5% des invsts TV

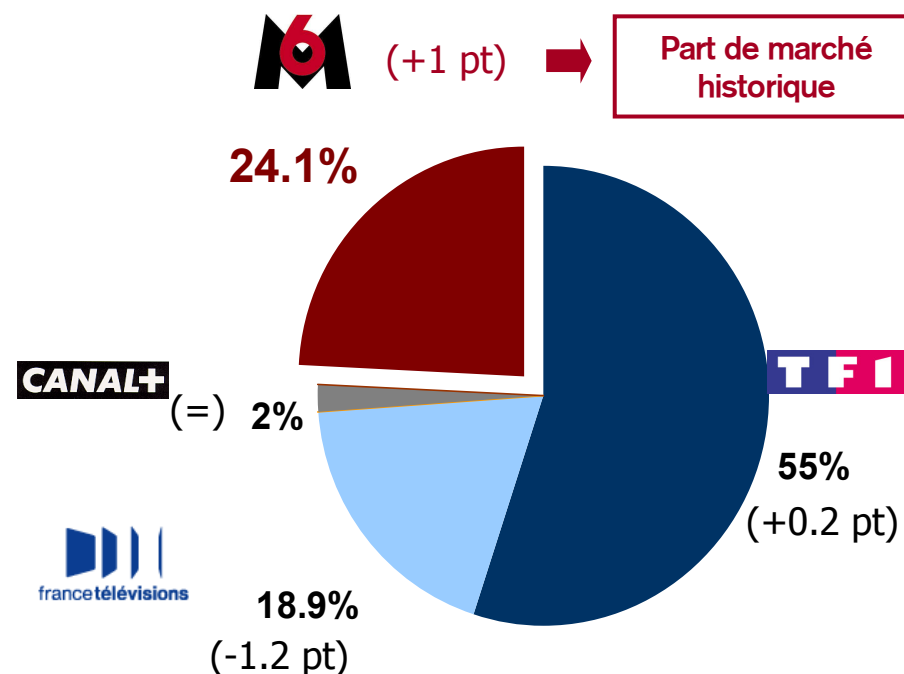
Source : TNS Media Intelligence

Une progression de 4.6% des investissements publicitaires de M6 dans un marché TTV stable

Le marché publicitaire TV hertziennes
est stable : +0.5% à 5 508 M€
en 2007 vs 2006

Parts de marché publicitaire TV
et évolution
2007 vs 2006

	Investissements 2007	Evolution 2007 Vs 2006
TF1	3 027.2 M€	+0.9%
francetélévisions	1 042.6 M€	-5.3%
CANAL+	111.4 M€	+4%
M6	1 326.3 M€	+4.6%



Source : TNS Media Intelligence

Chiffre d'affaires brut pour les TV nationales hertziennes analogiques

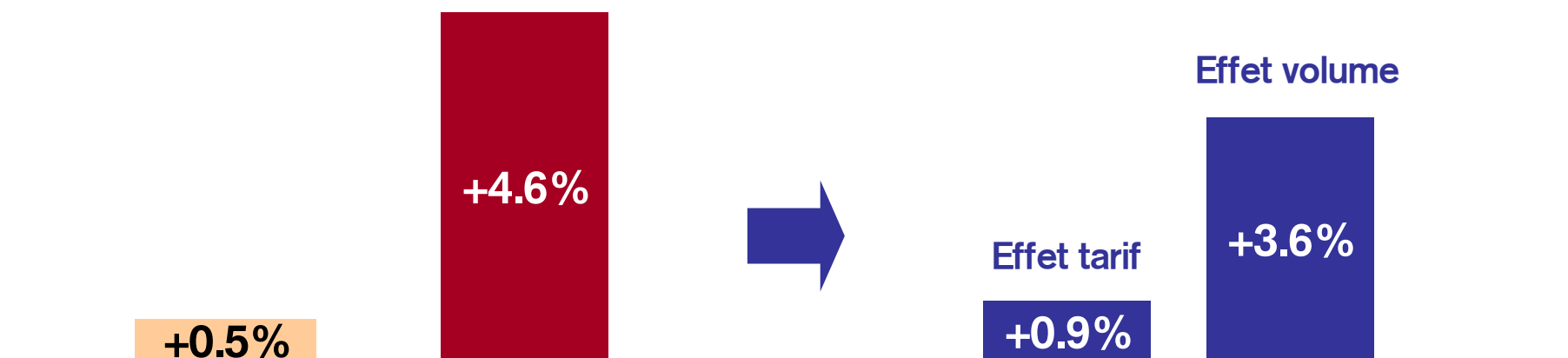
La croissance du CA brut est tirée principalement par la hausse des volumes



Le tarif moyen de M6 est stable à +0.9% et L'effet volume progresse de 3.6%.

Evol. CA Brut TTV

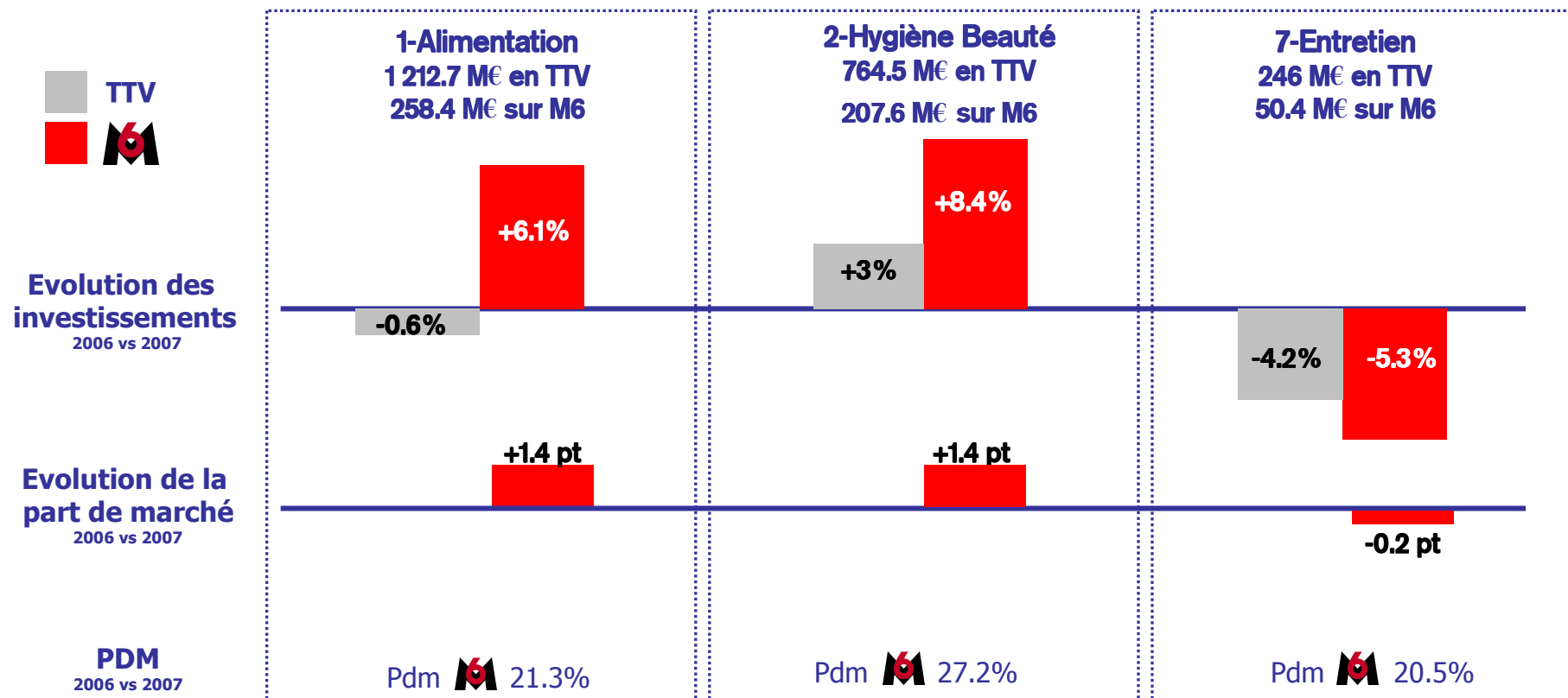
Evol. CA Brut M6



Les secteurs de la grande consommation sont stables en TTV et en hausse de 5.8% sur M6

Evolution des investissements et des parts de marché M6 surperforme sur les deux premières familles en TV

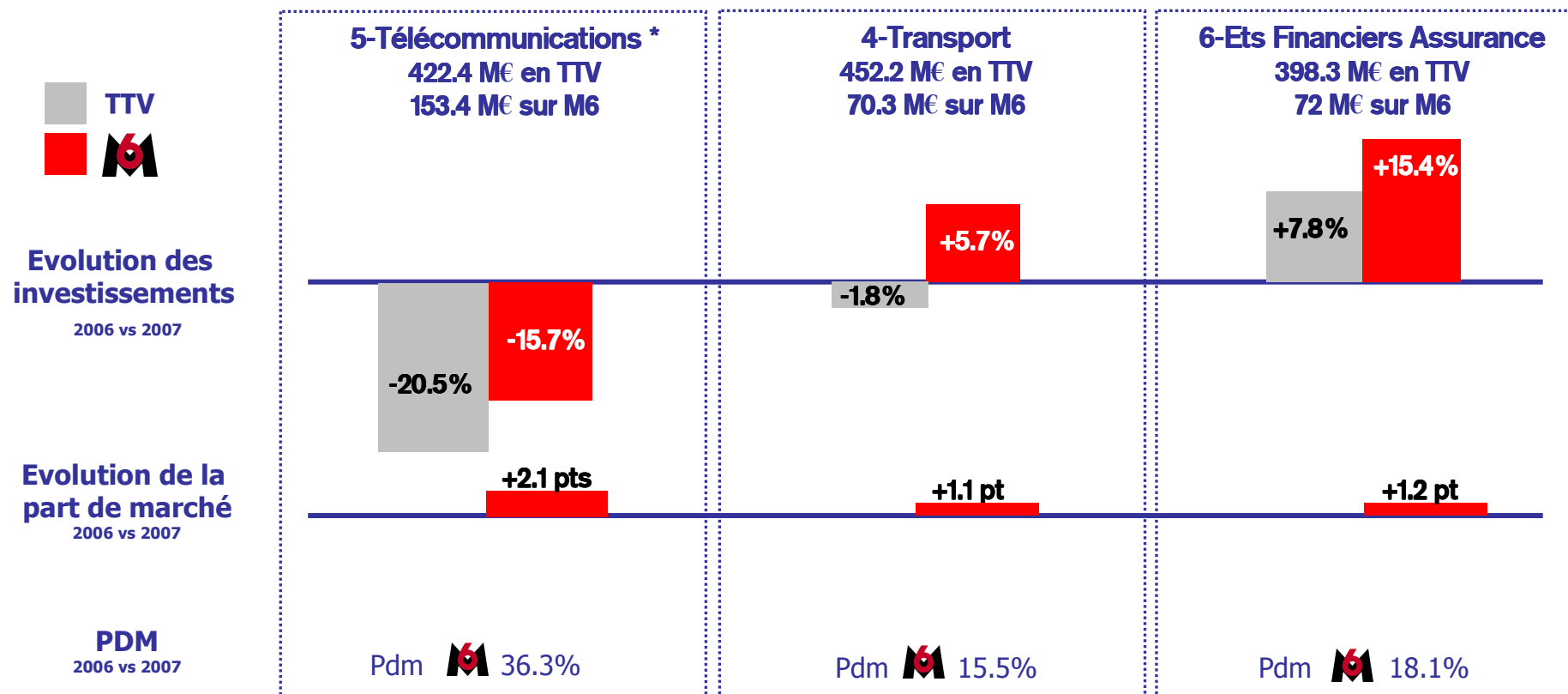
Ces 3 secteurs concentrent 40.4% des investissements TV sur 07 (vs 40.5% sur 06), 38.9% des investissements sur M6 sur 07 (vs 38.5% sur 06).



Au global, ces trois secteurs reculent de 6.5% en TTV et de 4.9% sur M6

Evolution des investissements et des parts de marché M6 sur-performe le marché sur les secteurs Transports et Banque-Assurance

Ces 3 secteurs concentrent 23.1% des investissements TV sur 2007 (vs 24.9% sur 2006), 22.3% des investissements sur M6 sur 2007 (vs 24.5% sur 2006).



Note: Sur la base des investissements du secteur des Télécommunications hors M6 Mobile by Orange, le montant total des investissements TTV sur 2007 est de 401.1 M€. L'évolution des investissements entre 2007 vs 2006 est de -22.3% pour le TTV et de -20.7% pour M6. La PDM de M6 sur ce secteur est de 32.9% sur 2007 contre 32.3% sur 2006, soit une hausse de 0.6 point.

Source : Micromarché – TNS Media Intelligence données brutes – 2007 vs 2006

M6 progresse sur les ICSP+ 25-49 ans



GRP moyen Individus CSP+ 25-49 ans ensemble journée, évolution 2007 / 2006

+2.8 %



+ 11.8%



- 5.9%



-8.3%



+14.3%

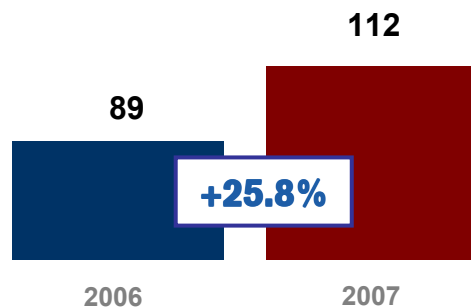


Source : PopCorn – L'offre de Fr2 et Fr3 intègre les CINEP, l'offre de C+ intègre les TEMPORIS

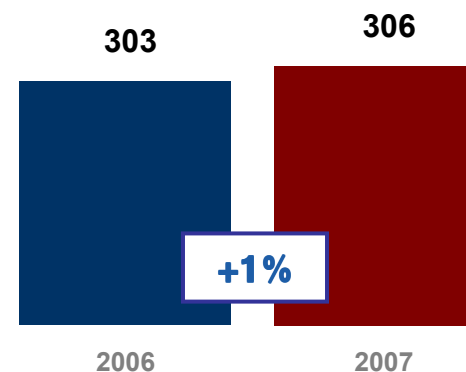
M6 augmente significativement le nombre de ses écrans puissants sur les ICSP+ 25-49 ans et consolide son bassin d'écrans puissants sur les ménagères < 50 ans



Nombre d'écrans > à 10 GRP sur les Individus CSP+ 25-49 ans



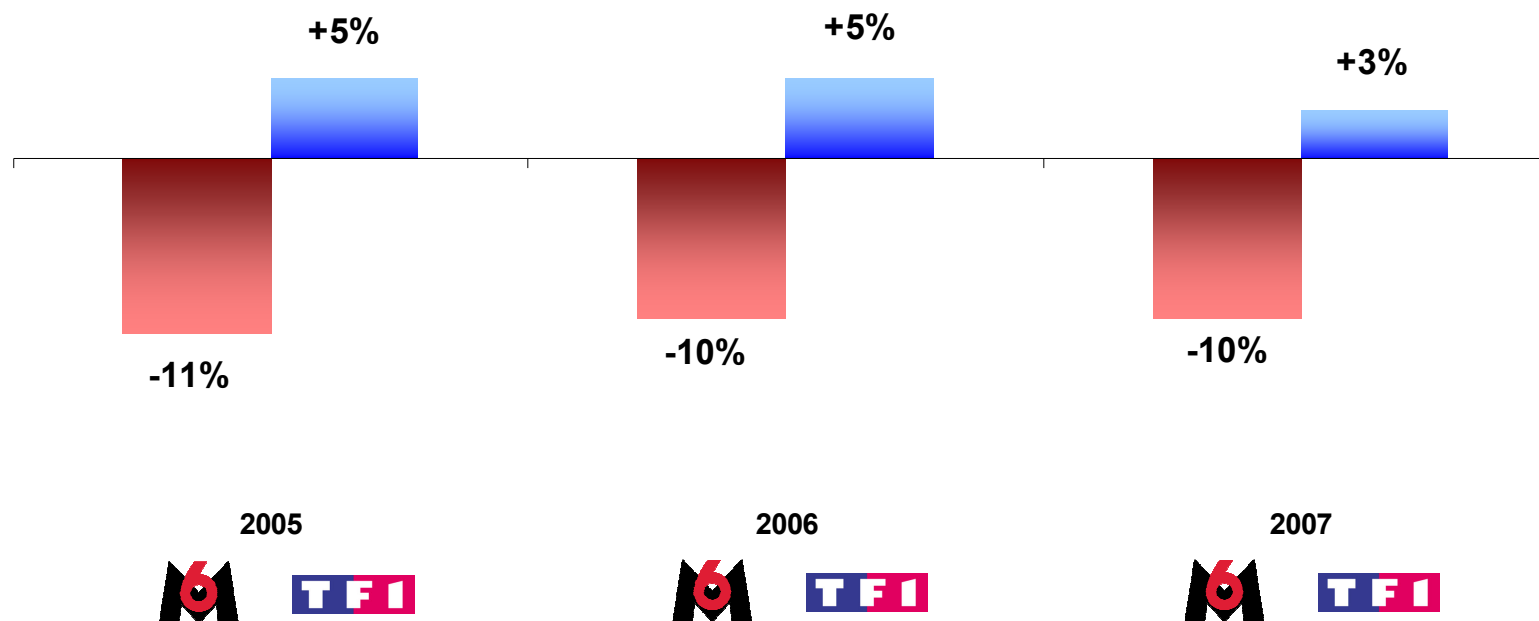
Nombre d'écrans > à 10 GRP sur les ménagères < 50 ans



M6 stabilise ses écarts de prix



Ecart coût GRP* ménagères < 50 ans vs moyenne TV



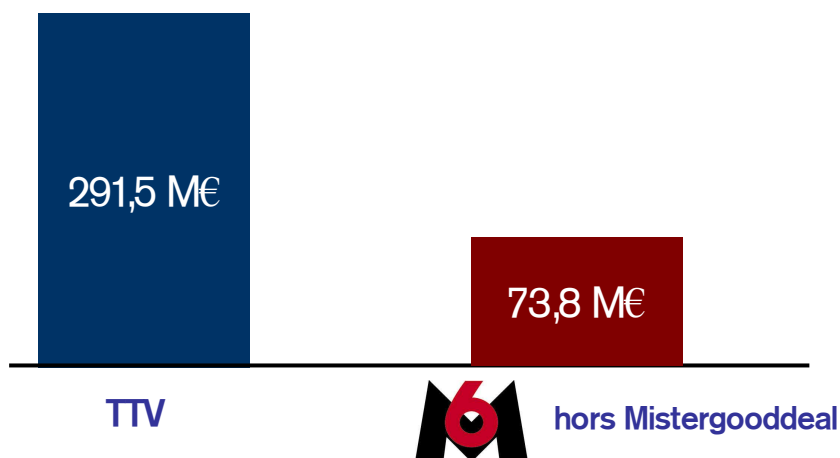
Note: tarif moyen brut / audience moyenne

Source: PopCorn, 2005, 2006 et 2007

Bilan de la distribution sur les chaînes hertziennes

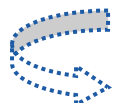


Investissements bruts du secteur distribution



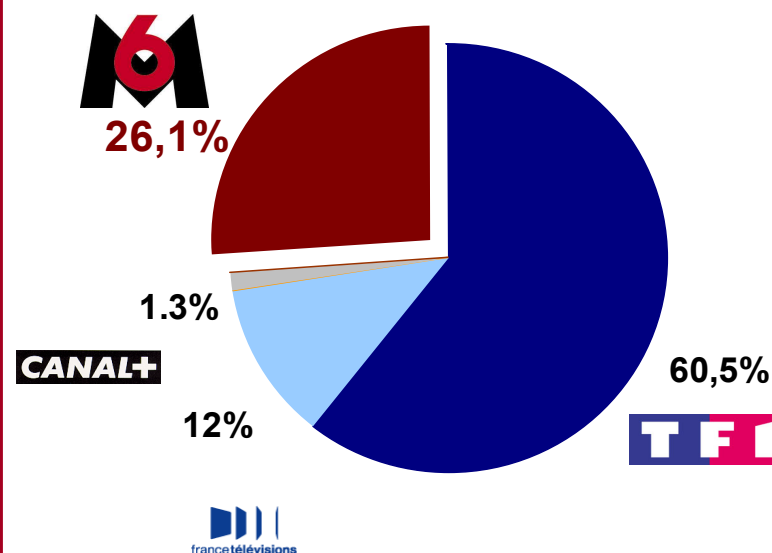
Part de voix du secteur distribution dans les investissements M6 hors MGD : 5.6%

143 campagnes sur 162 du secteur distribution ont communiqué sur M6



Taux de présence M6 de plus de 88%

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

Chiffres clés Télévision

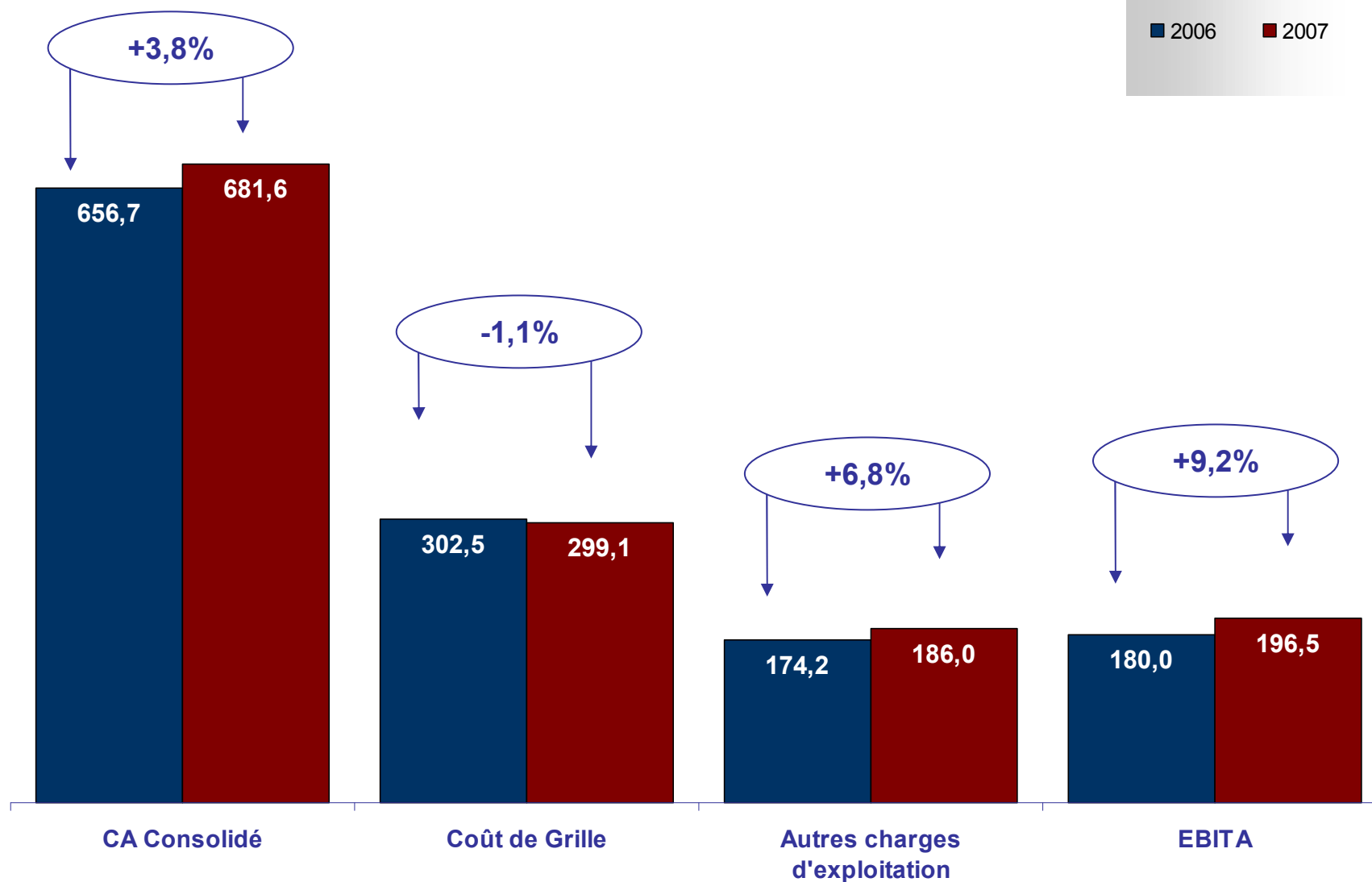


Chiffres clés 2007

Antenne M6 et filiales de production



M€



Chiffres clés 2007

Antenne M6 et filiales de production



CA Consolidé	+24,9 M€	Coût de Grille	(3,4) M€	Autres charges	+11,8 M€
- Stratégie gagnante en Prime - Augmentation du CA publicitaire de +3.9% - Ouverture du marché publicitaire à la distribution depuis le 1er janvier - Bonne performance des secteurs de la grande consommation - Déclin des secteurs Telecom et de l'Edition - Dynamisme du secteur bancaire et de l'assurance		- Investissements en Access dans les magazines et le divertissement (semaine et week-end) : <i>Nouvelle star en quotidienne, Top Model, Smarter & Popstar, « 66 minutes »</i> - Investissements en soirée 2 - Le cinéma est en retrait : baisse du nombre de films en Prime Time		- Les taxes d'activités croissent en lien direct avec le Chiffre d'affaires et le fort niveau d'encaissement des créances - Le coût de la Diffusion est en progression de +1,8 M€ (Simulcast TNT) - Renforcement des équipes à la Régie Publicitaire dédiées aux activités Web et Cross média	

Chiffres clés 2007 : M6 : structure du coût de la grille



M€

	2006	2007	% variation 2007/06
Recettes nettes diffuseur*	545,3	558,6	+2,4%
<u>Coût de grille</u>			
Informations et décrochages	15,7	15,0	-4,5%
Sport	34,8	4,6	-86,8%
Magazines et Divertissements	116,8	143,7	+23,0%
Fiction	135,2	135,8	+0,4%
Total coût de grille	302,5	299,1	-1,1%
Marge brute de la grille	242,8	259,5	+6,9%
Marge brute de la grille en %	44,5%	46,5%	

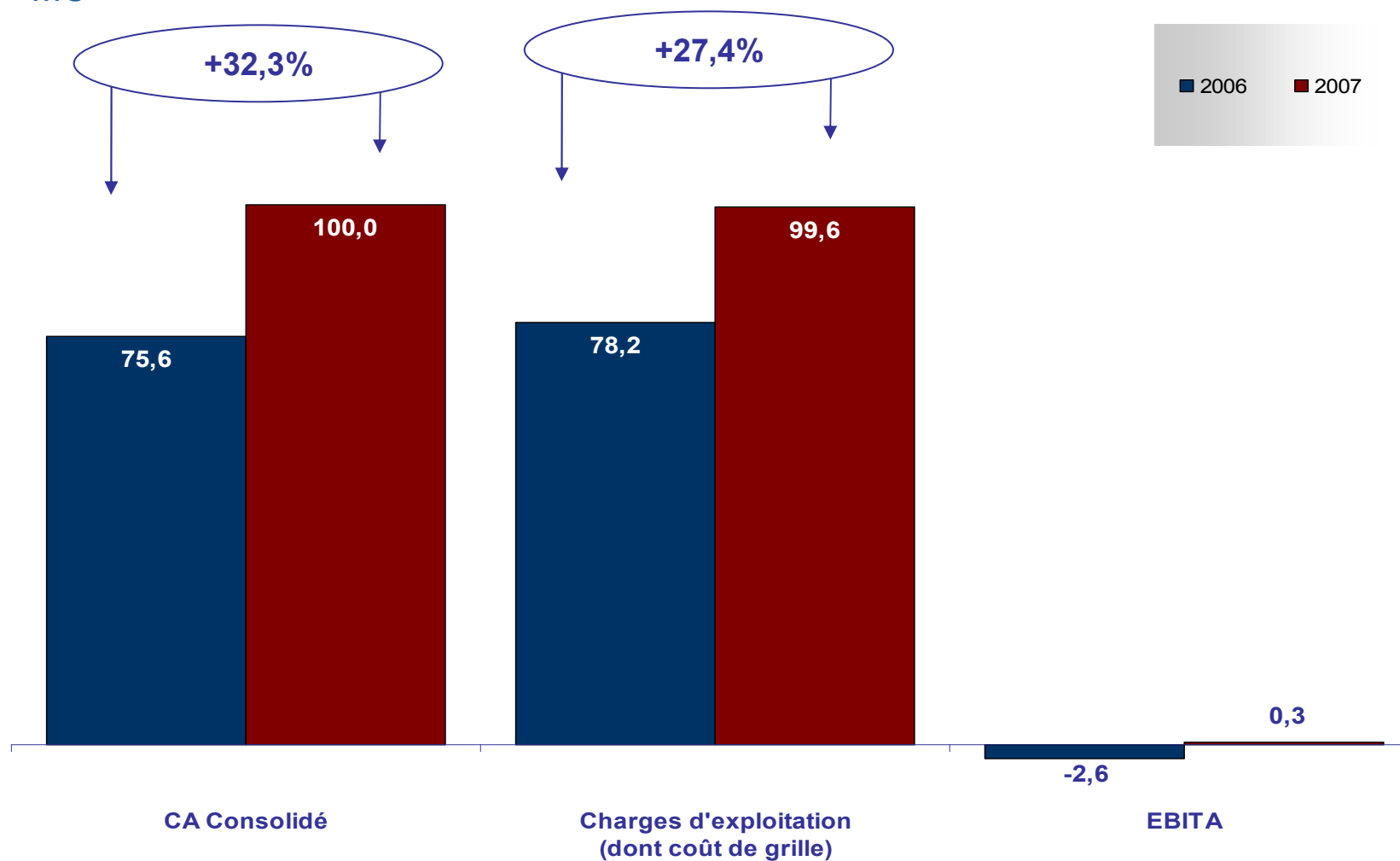
* Recettes nettes diffuseur = Recettes publicitaires – taxes et droits d'auteurs– coûts de diffusion - coût de la régie

Chiffres clés 2007

Chaînes numériques



M€



Chiffres clés 2007

Chaînes numériques



CA Consolidé	+24,4 M€	Charges exploitation	+21,4 M€	EBITA à l'équilibre	0,3 M€
W9	+18,9 M€	Poursuite des investissements dans les programmes (W9, Paris Première, Teva...)		Paris Première	3,2 M€
Paris Première	+1,7 M€			M6 Music	2,4 M€
TF6	+1,7 M€			TF6	0,7 M€
Téva	+1,4 M€			Série Club	0,6 M€
M6 Music	+1,1 M€			Téva	1,8 M€
Série Club	+0,8 M€	Le coût de diffusion des Thématiques en croissance, en lien avec le déploiement de la TNT		Fun TV	(0,0) M€
Fun TV	(1,1) M€			M6 Thématique	(0,3) M€
				W9	(8,0) M€
Le CA Pub progresse de +20,5 M€ dont 18,9 M€ pour W9 seule qui porte donc 92% de la croissance				Hormis TF6 et Fun TV, toutes les chaînes ont un EBITA en croissance	
Paris Première et Téva récoltent les fruits d'un positionnement de niche				Hors W9, la marge opérationnelle est en croissance (+11,2% Vs. +9,1% en 2006)	

Sommaire



- ✓ Introduction
- ✓ Télévision
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ États financiers
- ✓ Perspectives
- ✓ Annexes

Des marques fortes et innovantes



CA

e- commerce et télé-achat

270.8 M€



Services Internet + Téléphonie mobile

73.8 M€



Cinéma & Droits audiovisuels

84.6 M€



Divertissements B to C

84.5 M€



Football – 1^{ère} Ligue

60.9 M€



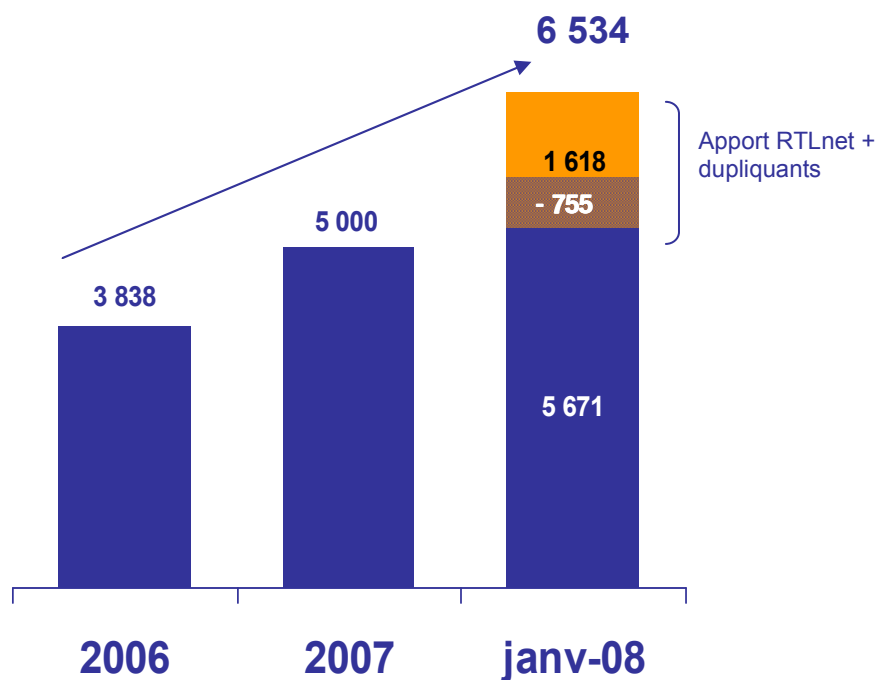
Total

574.6 M€

Une croissance régulière des audiences Internet, ...



Croissance régulière des sites « médias » du groupe



Un portefeuille de services Internet

M6 WEB



+32% de
visiteurs uniques

+62% de
pages vues



170 millions de
vidéos vues

32 millions de
vidéos vues

Note 1: M6 Publicité soit en 2006 M6 Parent, en 2007 M6 Parent + Habbo, en janvier 2008 M6 Parent + RTLnet

Sources : Médiamétrie Nielsen Netratings base 4 ans et plus, moyennes annuelles de visiteurs uniques en milliers

... et un renforcement des marques et produits du groupe



e- commerce et télé-achat

3 millions
de colis expédiés

1,5 millions
de clients facturés

3,2 millions
de visiteurs uniques

Téléphonie mobile

1,17 millions d'abonnés

Divertissement B to C

Christophe Willem
N° 1
vente single 2007

Sherifa Luna
N° 1
vente single pendant
4 semaines

Cinéma & Droits audiovisuels

5,8 millions d'entrées en salle

Football – 1^{ère} Ligue

6^{ème}
de Ligue1
Saison 2006/07

Vainqueur
Coupe de la
Ligue

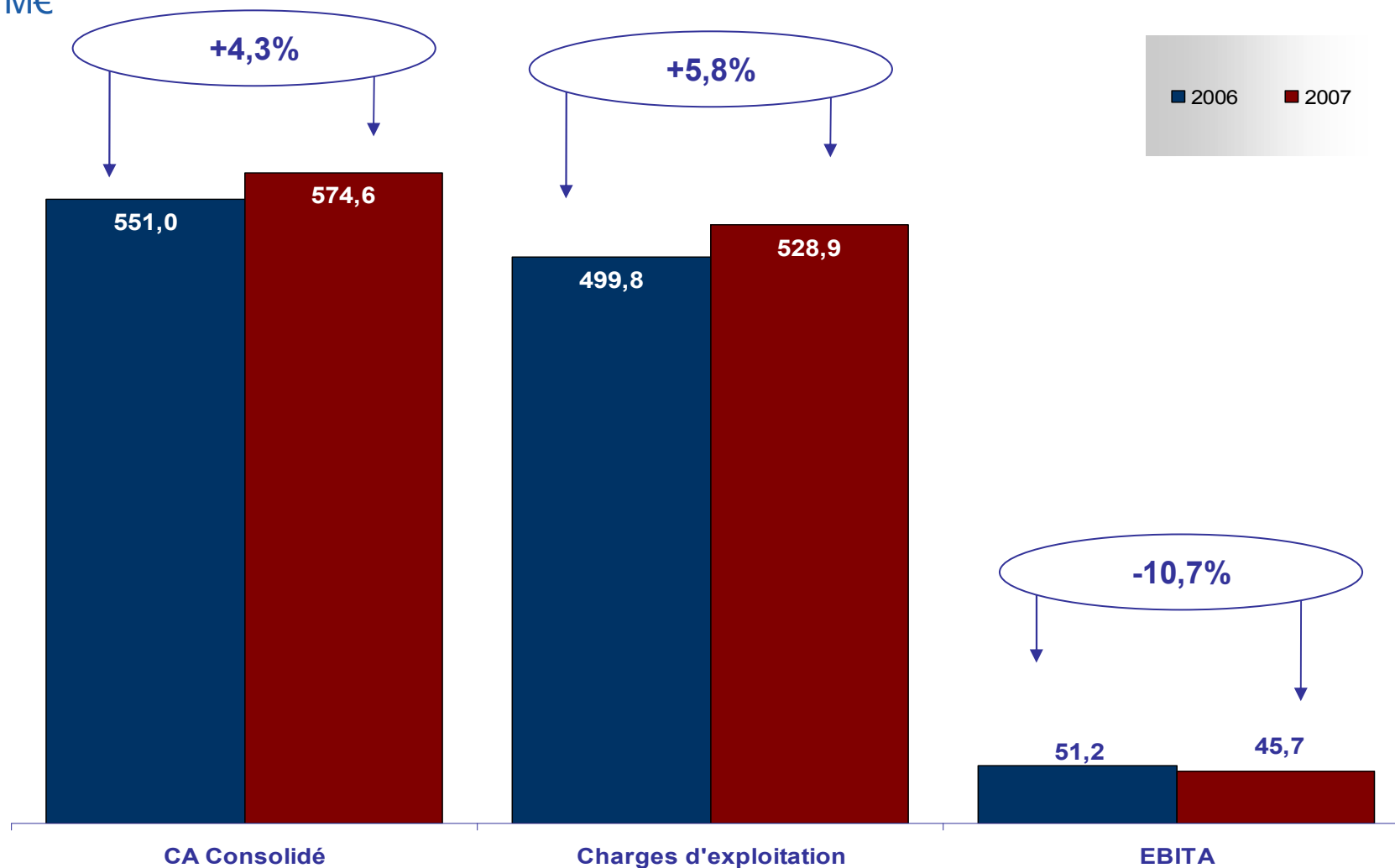
3^{ème}
de Ligue1
Inter-saison 07/08

Chiffres clés 2007

Diversifications et droits audiovisuels



M€



Chiffres clés 2007

Diversifications et droits audiovisuels



Interactions

CA Consolidé (20,5) M€

- CA en recul qui souffre de marchés difficiles (musique -17%, collections et ventes de DVD en recul)...
- ...mais aussi d'une réduction du nombre de nouveaux produits (musique -30% volumes vendus. collections)

Charges opérationnelles (13,3) M€

- La baisse de l'EBITA résulte du recul du CA
- Et de l'érosion des marges sur les activités collections, DVD et kiosques

Variation EBITA vs. 2006 (7,2) M€

EBITA s'élevant à 0,0 M€

Interactivité

CA Consolidé +7,4 M€

- Dynamisme de M6 mobile by Orange avec 1 170 000 abonnés fin 2007
- Audience des sites Web en forte progression de +62% de pages vues par rapport à 2006

Charges opérationnelles +9,1 M€

- Succès de M6 Mobile
- Hausse des coûts de développement de nouveaux services (+2.4 M€ vs 2006)

Variation EBITA vs. 2006 (1,8) M€

EBITA s'élevant à 19,8 M€

VAD

CA Consolidé +46,7 M€

- Succès de la chaîne M6 Boutique
- MGD en forte croissance portée notamment par les campagnes pub TV

Charges opérationnelles +46,1 M€

- Hausse des coûts de développement de nouveaux services
- Charges non courantes liées à la réorganisation du pôle (2.7 M€)

Variation EBITA vs. 2006 +0,6 M€

EBITA s'élevant à 9,6 M€

Chiffres clés 2007

Diversifications et droits audiovisuels



Droits Audiovisuels

CA Consolidé (3,4) M€

- Baisse des ventes internationales (Astérix en 2006) et hausse des ventes France
- Recul de la fréquentation des salles (-8%) et du marché de la vidéo (-11%, source GFK)

Charges opérationnelles (0,4) M€

- Stabilité des charges d'exploitation

Variation EBITA vs. 2006 (3,0) M€

EBITA s'élevant à 4,3 M€

FCGB

CA Consolidé (6,6) M€

- Un CA en baisse, lié à l'absence de revenus de la Champions League en 2007
- De bonnes performances sportives: mi saison 2007-2008 2ème place de ligue 1

Charges opérationnelles (0,9) M€

- Stabilité des coûts de fonctionnement
- EBITA en hausse grâce aux résultats sportifs et à des cessions de joueurs

Variation EBITA vs.2006 +5,9 M€

EBITA s'élevant à 12,0 M€

Sommaire



- ✓ Introduction
- ✓ Télévision
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ États financiers
- ✓ Perspectives
- ✓ Annexes

Bilan consolidé simplifié



M€

	31 décembre 2006	31 décembre 2007	Variation 2007/ 2006 (M€)
Goodwill	53,7	53,5	-0,2
Actif non courant	523,3	625,4	102,1
Actif courant	778,3	813,3	35,0
Trésorerie	250,7	89,1	-161,6
TOTAL ACTIF	1 606,0	1 581,3	-24,7
Capitaux propres part du groupe	798,8	788,0	-10,8
Intérêts minoritaires	0,9	-	-0,9
Passif non courant	43,0	33,1	-9,9
Passif courant	763,3	760,2	-3,1
TOTAL PASSIF	1 606,0	1 581,3	-24,7

Flux de trésorerie simplifiés



M€

	31 décembre 2006	31 décembre 2007	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	316,0	318,5	2,5
Variation de BFR d'exploitation	-46,5	-16,8	29,7
Impôt	-74,2	-83,4	-9,2
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	195,3	218,2	22,9
Flux de trésorerie des activités d'investissements	-44,5	-154,5	-110,0
Flux de trésorerie des activités de financement	-122,7	-172,8	-50,1
<i>Dont dividendes versés</i>	<i>-125,1</i>	<i>-125,0</i>	<i>0,1</i>
Flux de trésorerie des activités en cours de cession	-20,6	-52,5	-31,9
Variation globale de trésorerie	7,6	-161,5	
Trésorerie à l'ouverture	243,1	250,7	7,6
Trésorerie à la clôture	250,7	89,1	-161,6
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>197,7</i>	<i>89,0</i>	<i>-108,7</i>

Sommaire



- ✓ Introduction
- ✓ Télévision
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ États financiers
- ✓ Perspectives
- ✓ Annexes



- **Publicité :**
 - ✓ Un début d'année incertain
- **Diffusion de l'Euro 2008**
- **Réglementation:**
 - ✓ Projet d'adaptation de la Directive TSF en droit français
 - ✓ Projet de réforme de l'audiovisuel public: modalités de la réforme connues au plus tôt à l'été 2008
- **Couverture TNT 89% à fin 2008** *(source CSA)*
 - ✓ => maintien de l'objectif de 95% en 2011
- **HD : lancement en juin 2008** *(à l'occasion de l'Euro 08)*
- **TMP: résultat de l'appel d'offre en juin 2008**



Sommaire

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

Compte de résultat analytique consolidé



En M€	31/12/2007	31/12/2006	Variation 2007 / 2006	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	675,9	649,7	26,2	4,0%
Chiffre d'affaires	681,6	656,6	25,1	3,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	196,5	180,0	16,5	9,2%
Chaînes Thématiques				
Chiffre d'affaires - Publicité	60,5	40,1	20,5	51,1%
Chiffre d'affaires	100,0	75,6	24,4	32,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	0,3	(2,6)	3,0	-112,8%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires - Publicité	7,1	5,7	1,5	25,8%
Chiffre d'affaires	574,6	551,0	23,6	4,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	45,7	51,2	(5,4)	-10,6%
Autre chiffre d'affaires	0,2	0,2	(0,0)	-5,3%
Eliminations et résultats non affectés	(6,5)	(5,5)	(1,0)	17,6%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	1 356,4	1 283,4	73,0	5,7%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	236,1	223,0	13,1	5,9%
Amortissements des marques	(0,9)	(0,9)	0,0	
Perte de valeur des actifs non amortissables	(0,9)	(2,6)	1,7	
Résultat de cession de filiales et participations	0,1	-	0,1	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	234,3	219,5	14,8	6,8%
Résultat financier	4,0	8,3	(4,3)	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	18,9	-	18,9	
Part dans les sociétés mises en équivalence	(0,7)	-	(0,7)	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	256,6	227,8	28,8	12,7%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(87,9)	(75,4)	(12,5)	
Résultat net des activités poursuivies	168,6	152,3	16,3	10,7%
Résultat net des activités abandonnées	-	256,8	(256,8)	N/S
Résultat net	168,6	409,1	(240,5)	-58,8%
Part des minoritaires	0,1	(0,6)	0,7	
Résultat net part du Groupe	168,7	408,5	(239,8)	-58,7%

Contribution Antenne M6



En M€	31/12/2007			31/12/2006			variation 2007/2006		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Chaîne	690,4	675,9	155,5	664,4	649,7	138,2	26,0	26,2	17,3
M6 Publicité (Régie)	68,7	1,3	41,9	65,6	2,7	41,4	3,1	(1,4)	0,6
M6 Films	1,5	1,1	0,6	1,8	1,3	0,6	(0,4)	(0,2)	0,0
Sociétés de Production	83,0	3,3	(1,6)	71,5	2,8	(0,2)	11,4	0,5	(1,4)
Eliminations intra-segment	(127,5)	-	-	(115,3)	-	-	(12,2)	-	-
Total Antenne M6	716,0	681,6	196,5	688,1	656,6	180,0	28,0	25,1	16,5

Contribution Analytique Antenne M6



En M€	31/12/2007	31/12/2006	Variation 2007 / 2006	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	675,9	649,7	26,2	4,0%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	12,2	14,6	(2,4)	-16,4%
Ct de la régie+ Taxes et droits d'auteurs + Cts de diff.	(129,5)	(119,0)	(10,5)	8,8%
Recettes nettes diffuseurs	558,6	545,3	13,3	2,4%
Coût de la grille	(299,1)	(302,5)	3,4	-1,1%
Marge Brute de la grille	259,5	242,8	16,7	6,9%
En %	46,5%	44,5%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(69,7)	(70,0)	0,3	-0,4%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	7,6	6,8	0,8	12,2%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	(0,9)	0,4	(1,3)	
Résultat opérationnel courant (EBITA)	196,5	180,0	16,5	9,2%

Contribution Chaînes Numériques



En M€	31/12/2007			31/12/2006			variation 2007/2006		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Paris Première	32,7	32,3	3,2	31,0	30,6	1,0	1,7	1,7	2,1
W9	25,8	25,3	(8,0)	6,6	6,4	(9,0)	19,2	18,9	0,9
Teva	17,7	17,6	1,8	16,3	16,2	1,2	1,4	1,4	0,6
M6 Music	6,4	6,3	2,4	5,3	5,2	1,9	1,1	1,1	0,6
Fun TV	2,4	2,3	(0,0)	3,5	3,4	0,5	(1,2)	(1,1)	(0,5)
TF6	11,2	11,2	0,7	9,7	9,6	1,4	1,6	1,7	(0,6)
Série Club	4,7	4,7	0,6	4,0	3,9	0,4	0,8	0,8	0,2
M6 Thématique	4,1	0,2	(0,3)	3,6	0,2	-	0,6	0,0	(0,3)
Eliminations intra-segment	(3,6)	-	-	(2,7)	-	-	(0,9)	-	-
Total Chaînes Thématiques	101,4	100,0	0,3	77,2	75,6	(2,6)	24,2	24,4	3,0

Contribution Diversifications et droits audiovisuels



En M€	31/12/2007			31/12/2006			variation 2007/2006		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Droits audiovisuels	96,1	84,6	4,3	110,2	88,0	7,3	(14,1)	(3,4)	(3,0)
Pôle Interactions	95,3	84,4	0,0	116,9	104,9	7,2	(21,7)	(20,5)	(7,2)
Pôle Vente A Distance	278,6	270,8	9,6	229,4	224,1	9,0	49,2	46,7	0,6
Pôle Interactivité	89,4	73,8	19,8	76,6	66,4	21,6	12,8	7,4	(1,7)
FCGB	61,3	60,9	12,0	67,7	67,6	6,1	(6,4)	(6,6)	5,9
Eliminations intra-segment	(20,4)	-	-	(28,2)	-	-	7,8	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	600,3	574,6	45,7	572,6	551,0	51,2	27,6	23,6	(5,4)