



GROUPE

PRESENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2010

16 février 2011

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 (document de référence intégrant le rapport financier annuel).

Sommaire



1. Introduction

2. Télévision

3. Diversifications et Droits Audiovisuels

4. Comptes

5. Annexes



1.INTRODUCTION

Introduction

Un Groupe puissant et équilibré dans ses activités, développées autour de l'édition de chaînes



Des actifs au service de la télévision

Une famille de chaînes au public jeune

Des actifs adossés à la publicité et la télévision

L'édition de chaînes

Production / Droits



Production TV (interne)



Droits audiovisuels



Droits sportifs

TV gratuite, chaîne historique



TV gratuite, nouvelle chaîne TNT



TV payante, chaînes thématiques



Diversifications

Internet / Interactivité



Produits dérivés / Licensing



VAD

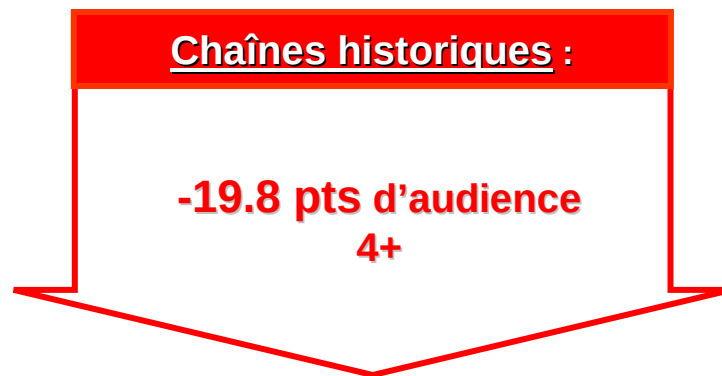


Téléphonie mobile



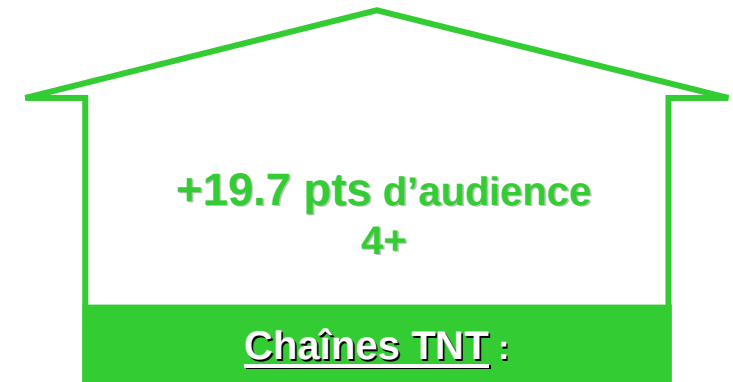
Le seul Groupe renforcé par le Numérique

2005 - 2010 : la TNT a profondément bouleversé le marché TV, tout en préservant une prime à la puissance des chaînes historiques



- 11% de CA publicitaire

- 350 M€_(a)



+ 450 M€_(a)

- Croissance très modérée du marché
- Transfert direct TNT
- Arrêt de la pub après 20h sur FTV

2005 - 2010 : M6 surperforme le marché dans chacun de ses segments



Le seul Groupe en croissance de part d'audience et de part de marché publicitaire



Une érosion d'audience inférieure au marché des historiques grâce aux investissements programmes et au renforcement de l'avant soirée et soirée.



La première chaîne de la TNT sur la cible commerciale, en synergie avec la chaîne M6.



Un renforcement des deux chaînes sur le marché Cable-Satellite, et une exposition en TNT Payante.



Le Groupe pionnier de la catch-up TV, TV connectée, TV sur IP, et des audiences additionnelles monétisées.

+0.8 pt d'audience

GROUPE M6

-2.6 pts d'audience



+23.9% de CA publicitaire

GROUPE M6

+7.1% de CA publicitaire



+ 157 M€ de CA publicitaire

GROUPE M6

+ 45 M€ de CA publicitaire



Introduction

Groupe M6 : un modèle adapté aux enjeux de l'économie numérique



Innovation et
synergies
de croissance

Contenus
Création
Production interne
Divertissement



Numérique et
nouvelles technologies

Catch-up
Multi-supports
IP-TV
Services au consommateur
Proximité du téléspectateur



Télévision

*Une orientation
stratégique appuyée
sur les deux médias
gagnants du rebond
publicitaire*

Internet

Monétisation et valeur

Puissance et prix
Croissance Internet
Diversité de revenus

2010 : Le Groupe M6 renforce ses positions avec le retour de la croissance



Surperformance publicitaire et maîtrise des coûts

☐ Croissance tirée par le rebond publicitaire

- ▶ CA publicitaire en progression de **+12.5%**
- ▶ Progression des parts de marché publicitaire :
+0.1 pt pour la chaîne M6
+0.9 pt pour la chaîne W9
- ▶ Consolidation des activités de diversification

☐ Maîtrise des coûts et rentabilité accrue

- ▶ Investissement mesuré dans les programmes :
+5.4% (chaîne M6)
- ▶ EBITA consolidé en augmentation de **+27.3%** à
242.2 M€
- ▶ Marge opérationnelle courante en croissance de
+2.8 pts à **+16.6 %**

Structure de financement : une forte capacité d'investissement

Variation de trésorerie 2009-2010 :
+291.3 M€

Encaissement C+ : **+384.2 M€**

Dividende : **- 302.1 M€**

Free cash-flow
opérationnel : **+209.2 M€**

- ▶ Renforcement de la
profitabilité
- ▶ Gestion rigoureuse du BFR

Introduction – Les faits marquants de 2010

Le Groupe M6 puissant dans la reprise



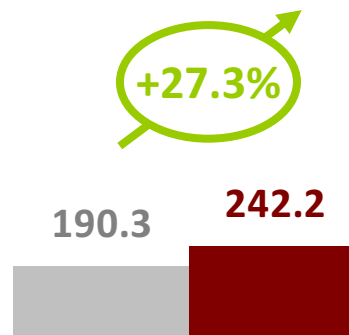
Chiffres clés (en M€)



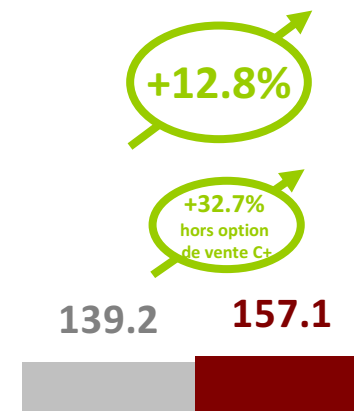
CA Consolidé



Charges d'exploitation



EBITA consolidé



Résultat de la période attribuable au Groupe

Marge opérationnelle courante

13.8%

16.6%

Marge Nette

10.1%

10.7%

Croissance des marges :

Un Chiffre d'affaires consolidé en progression de +6,2% à 1 462,0 M€



Détail des contributions au Chiffre d'affaires (en M€)



Une croissance du Chiffre d'affaires consolidé tirée par la Publicité



Un modèle de revenus équilibré

CA Publicitaire : 815.3M€

CA non publicitaire : 646.6M€

55.8%

44.2%

vs. 52.6 % / 47.4%
au 31 décembre 2009

Une progression
de +12.5%

Une stabilité à
-0.8%

Des relais de croissance

Variation des contributions au CA Consolidé

+65.8 M€

+21.8 M€

+18.5 M€

F.C.G.B

Antenne M6

Chaînes
numériques

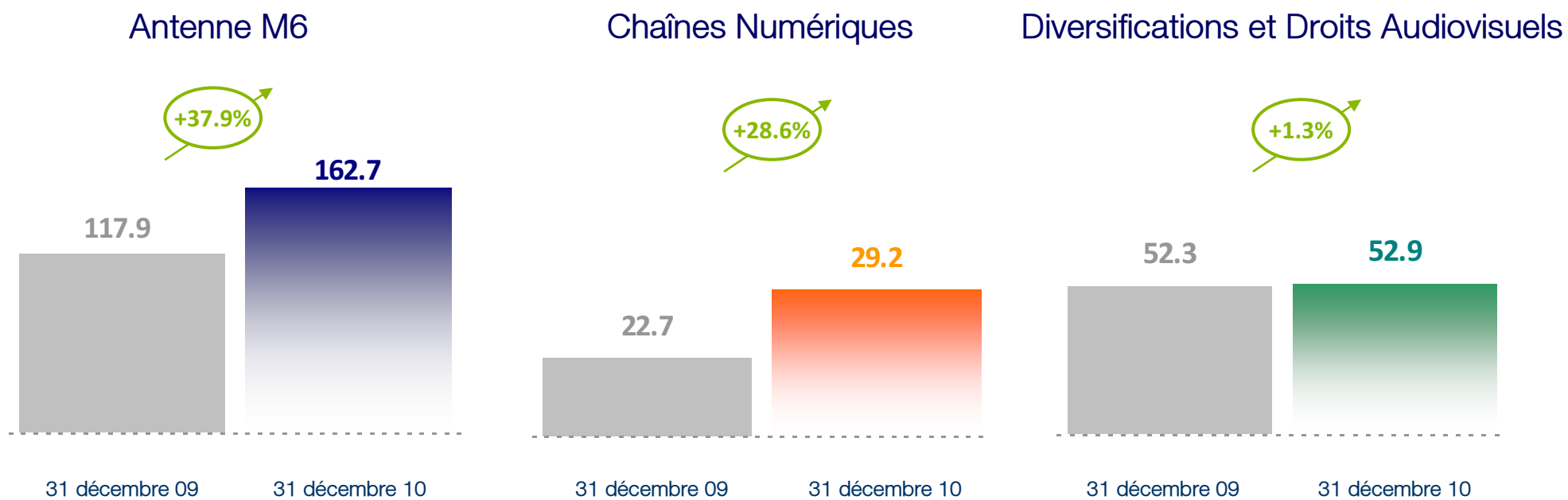
Diversifications
(hors F.C.G.B)

-20.8 M€



Un EBITA consolidé en croissance de +27,3% à 242,2 M€

Détail des contributions au résultat opérationnel courant (EBITA) du Groupe (en M€)





2.TELEVISION

L'activité de télévision a effacé la crise de 2009



Une marge opérationnelle courante de 22.7% en progression de 4.2 pts

Activité Télévision (Toutes chaînes confondues)





TELEVISION

Audiences

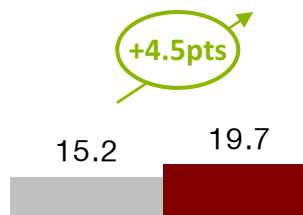
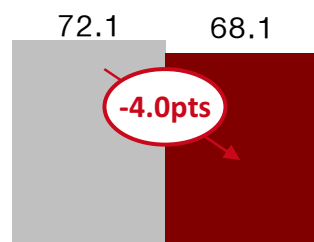
L'audience du Groupe M6 continue de progresser en 2010



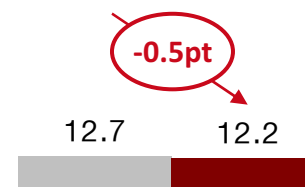
Part d'Audience 4 ans et + (en %)

TOUTES TV

TV HISTORIQUES

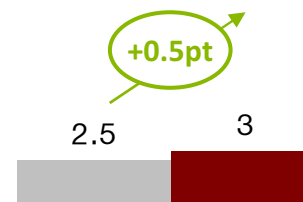
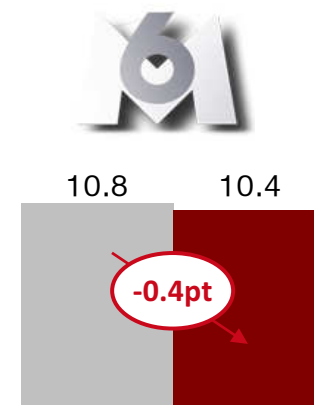


CABLE & SATELLITE

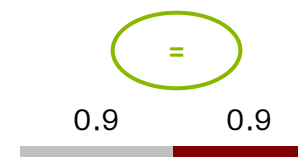


■ 2009
■ 2010

TV GROUPE M6



Chaînes du Groupe



Le groupe M6 est le seul à progresser en 5 ans

Part d'Audience 4 ans et + (en %)



		2005	2010	
	Historiques (dont CabSat)	13,4%	11,3%	
	TNT (W9)	0,1%	3,0%	
	TOTAL	13,5%	14,3%	 +0,8pt

		2005	2010	
	Historiques (dont CabSat)	33,8%	25,8%	
	TNT (TMC* + NT1)	0,2%	4,8%	
	TOTAL	34,0%	30,6%	 -3,4pts

		2005	2010	
	Historiques (F2, F3, F5)	37,6%	30,0%	
	TNT (France 4 + Gulli**)	0,1%	2,4%	
	TOTAL	37,7%	32,4%	 -5,3pts

Part d'audience année complète (4+ France entière),

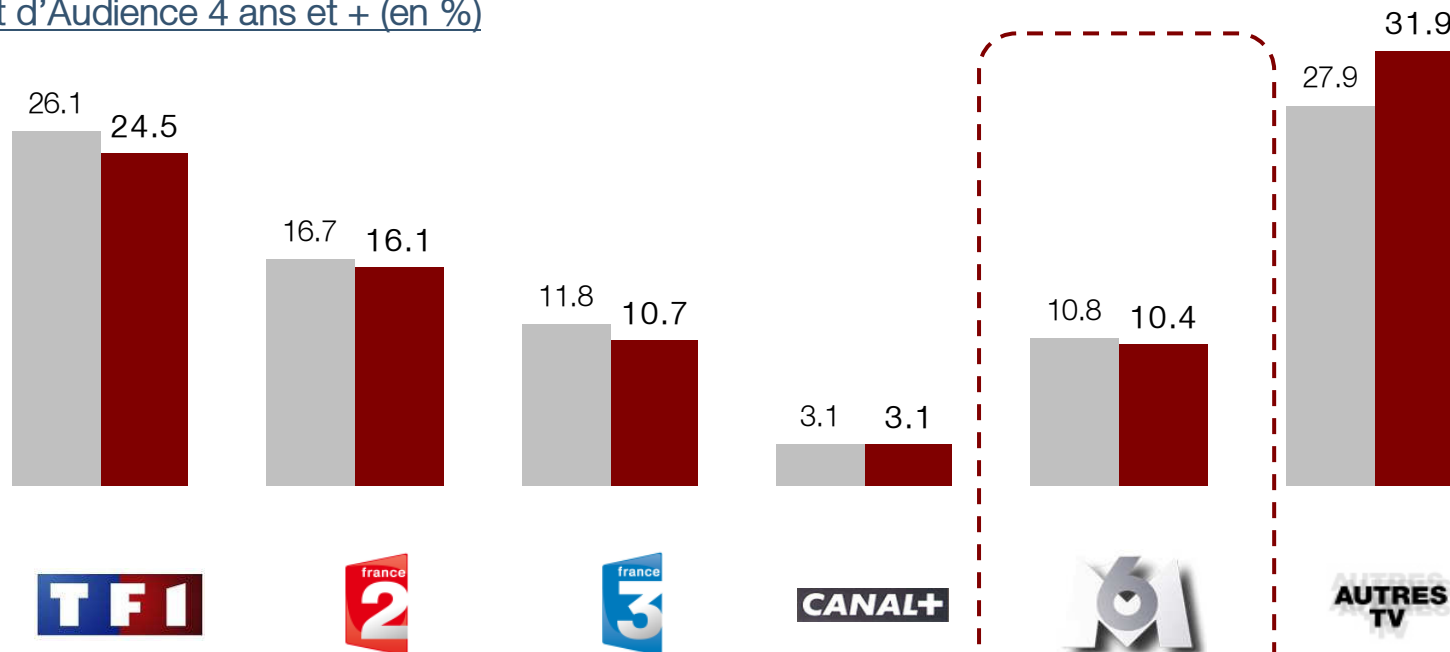
*TMC consolidé à 50% en 2005 puis à 100% en 2010

**Gulli : à 34% à France TV

2010 : Résistance du Groupe M6



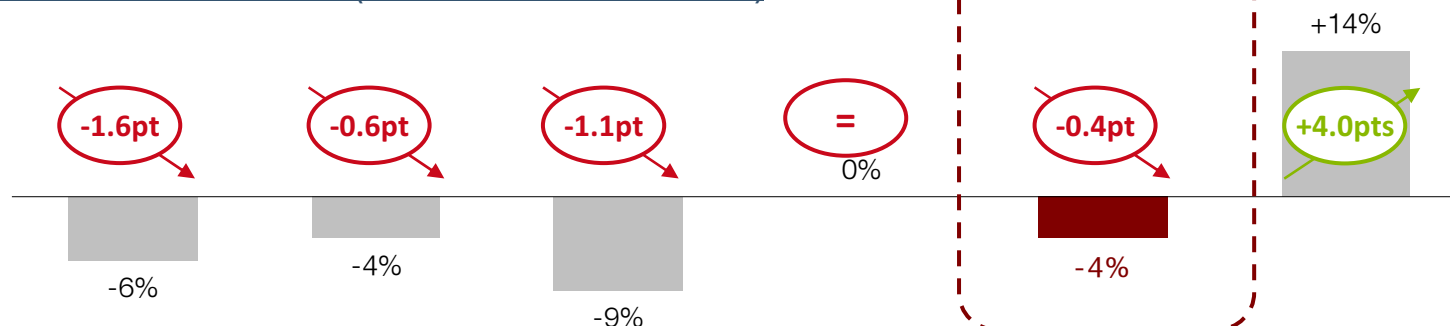
Part d'Audience 4 ans et + (en %)



■ 2009
■ 2010

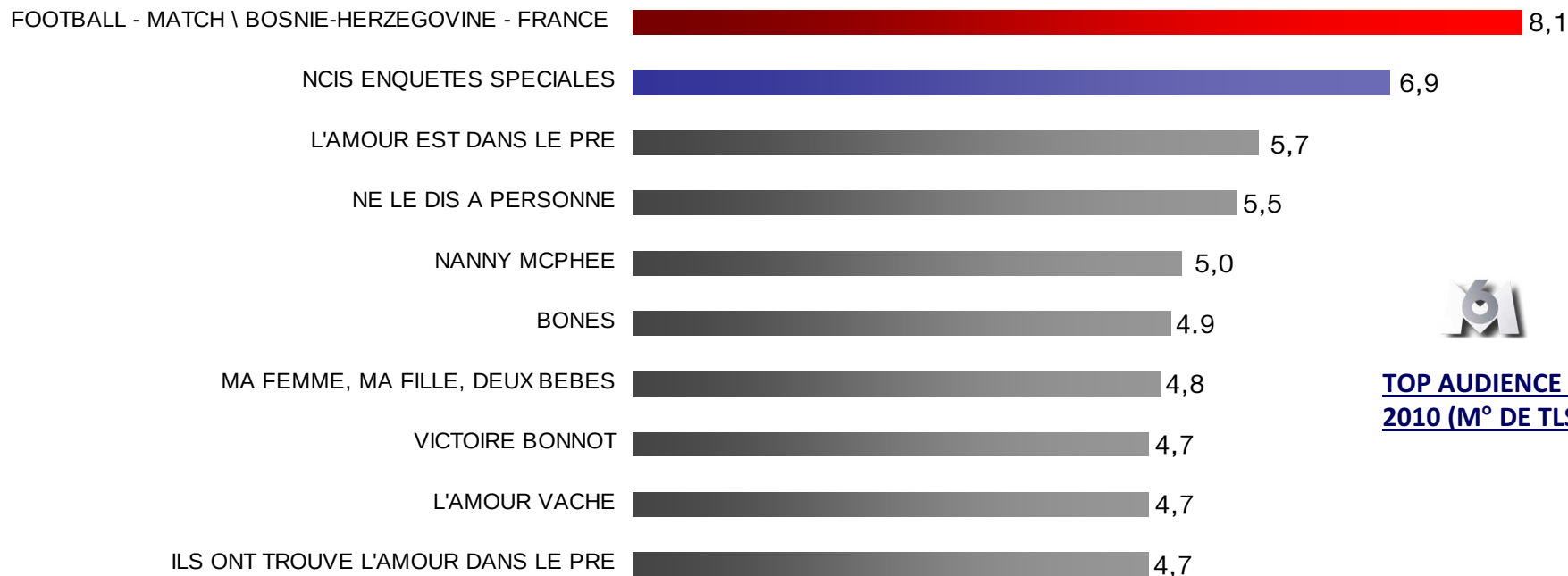
Avec une part d'audience de 10,4% auprès de l'ensemble du public, M6 affiche le meilleur bilan des grandes chaînes pour la troisième année consécutive, face à la forte progression des Autres TV

Part d'Audience 4 ans et + (variations 2010 vs. 2009)



Télévision Gratuite - Audiences

8.1 millions de téléspectateurs : record d'audience de l'année 2010 pour M6 lors du match BOSNIE-HERZEGOVINE / FRANCE



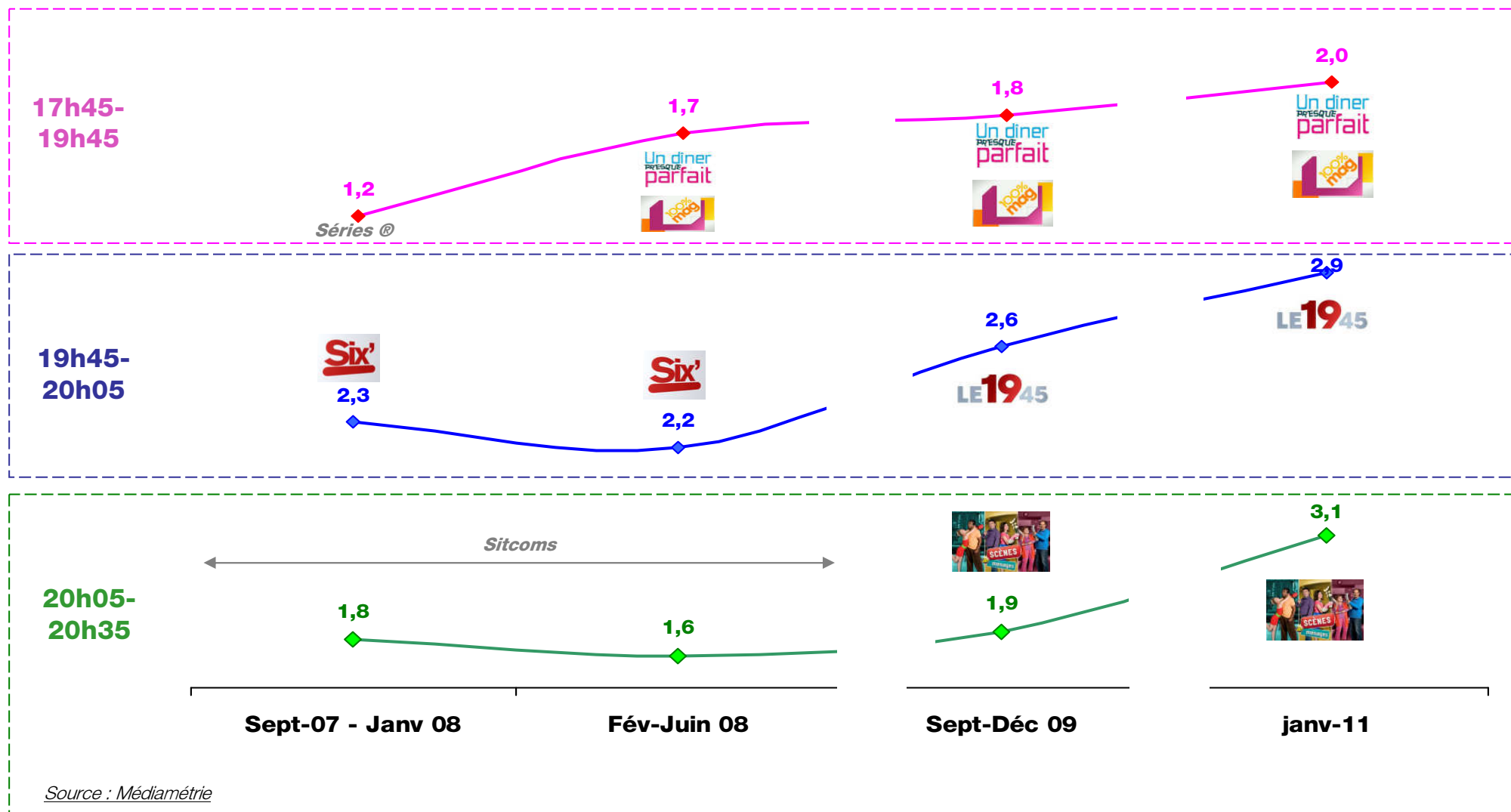
**TOP AUDIENCE M6 –
2010 (M° DE TLSP)**



Source : Médiamétrie

2008 - 2011 - Succès de l'avant-soirée sur M6 :

- renouvellement complet des marques de la tranche
- montée en puissance conjointe de ces marques

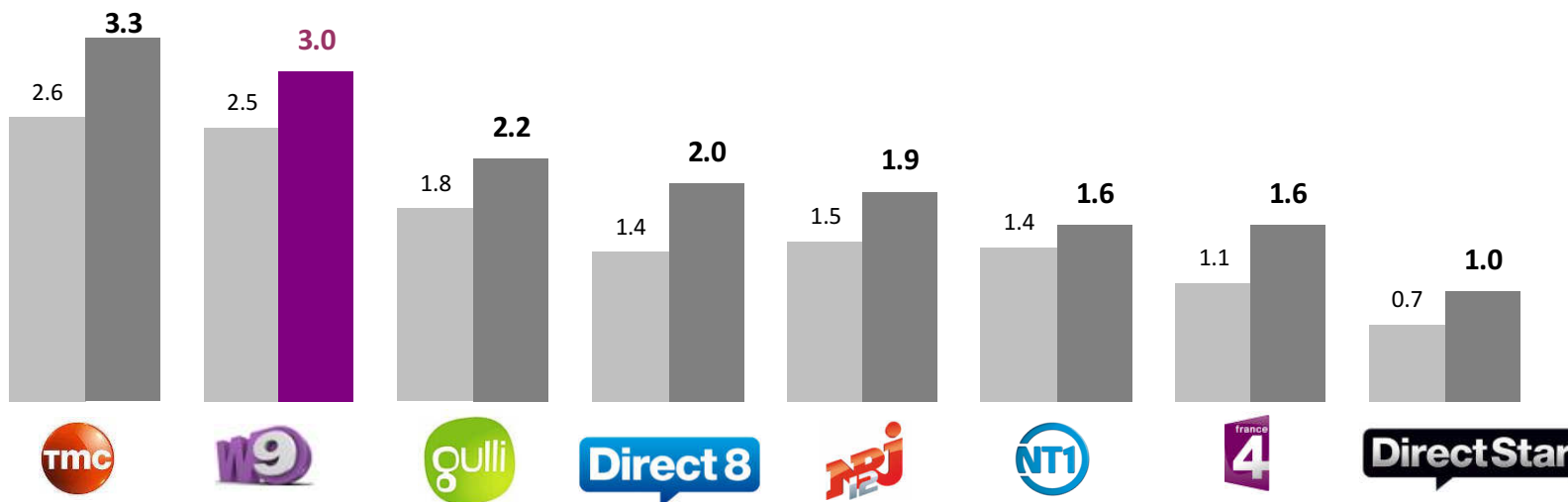


Télévision Gratuite - Audiences

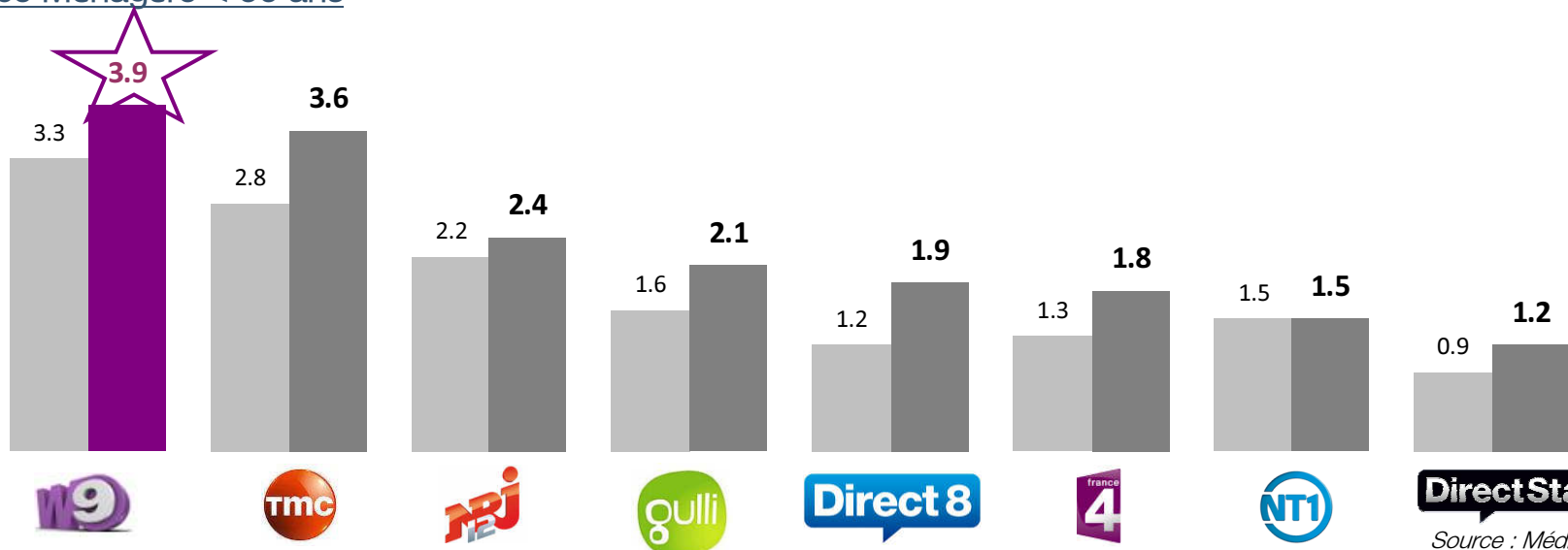
W9 deuxième chaîne de la TNT sur les individus 4 ans et + De nouveau leader de la TNT sur les Ménagères < 50 ans



Part d'Audience 4 ans et +



Part d'Audience Ménagère < 50 ans

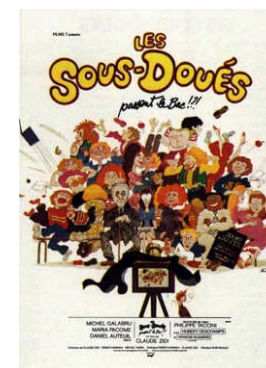
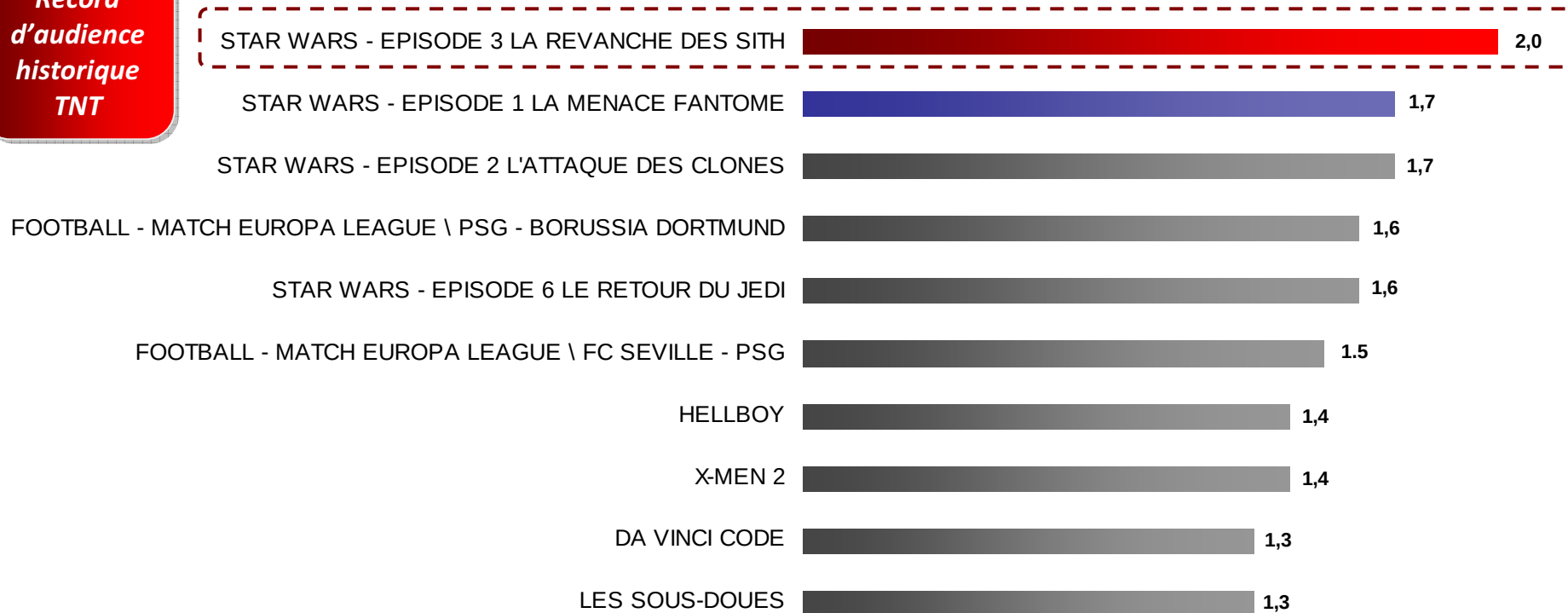


*Estimations pour
NRJ 12, Direct 8,
NT1 et Direct star.

Source : Médiamétrie



**Record
d'audience
historique
TNT**



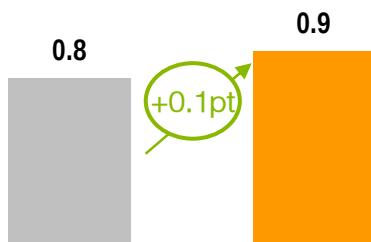
Confirmation du leadership de Paris Première et Téva



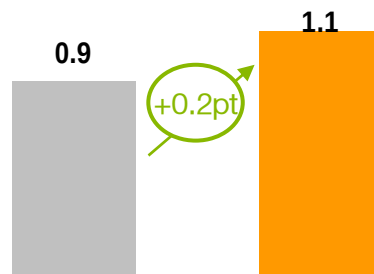
PARIS
PREMIERE



Part d'Audience 4+



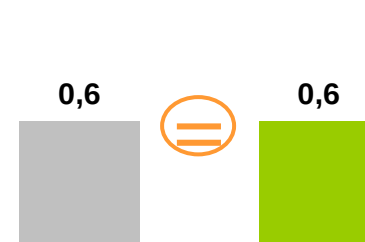
Part d'Audience CSP+



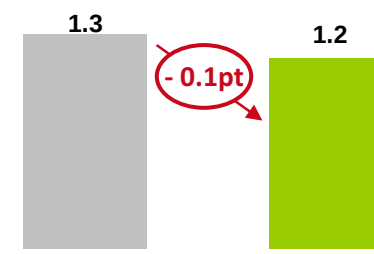
téva



Part d'Audience 4+



Part d'Audience Mén<50



Paris Première est la 1^{ère} chaîne généraliste payante auprès de l'ensemble du public en 2010

Téva reste la 1^{ère} chaîne payante auprès des Mén<50 ans en 2010



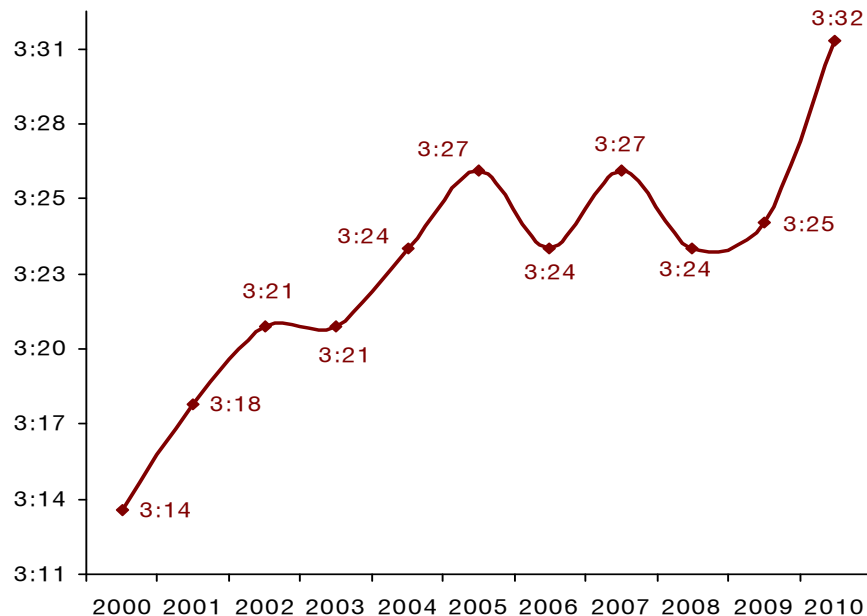
TELEVISION

Marché publicitaire

Durée d'écoute individuelle : le media TV, un media dynamique

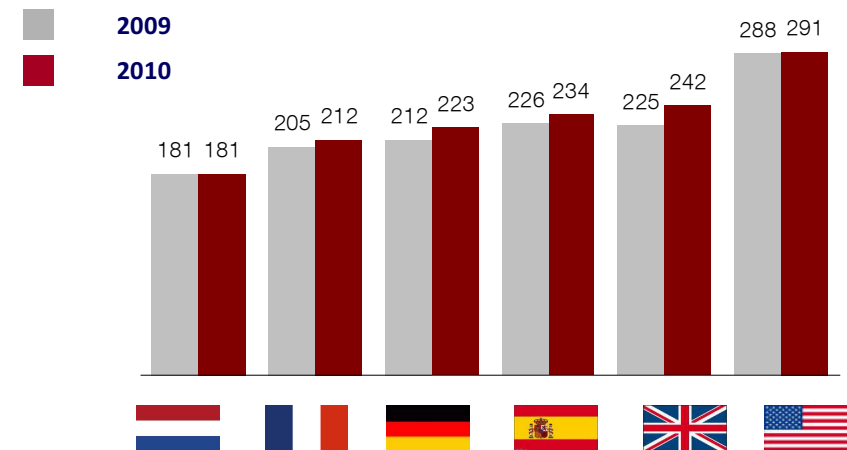


Évolution de la durée d'écoute en France

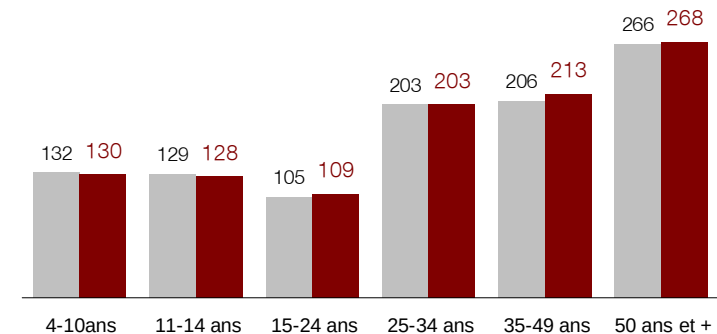


- En France, la durée d'écoute individuelle progresse de +7 minutes en 2010, pour s'établir à 3h32, soit 212 minutes.
- Cette durée d'écoute reste une des plus faibles des pays européens.
- Les 15-24 ans ont davantage regardé la TV en un an (+4 minutes).

Durée d'écoute en Europe et aux USA (en minutes)



DEI TTV en minutes par tranche d'âge (en minutes)

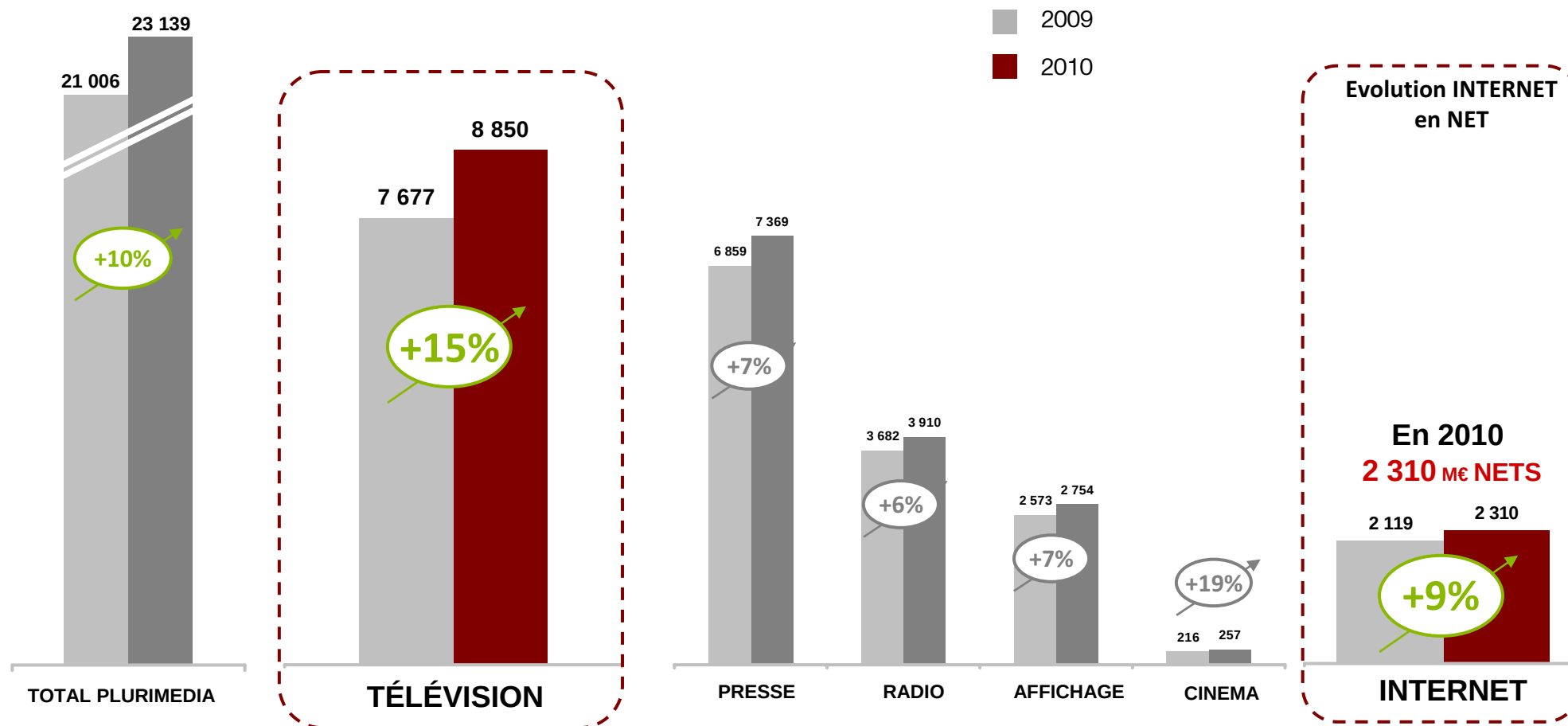


La télévision est le média de référence, grand gagnant du rebond publicitaire en 2010 avec Internet



Marché publicitaire Plurimédia BRUT en 2010

TOTAL PLURIMÉDIA (hors Internet) : 23 139 M€ en 2010



Les chaînes historiques bénéficient pleinement du rebond en dépit de l'érosion de leurs audiences



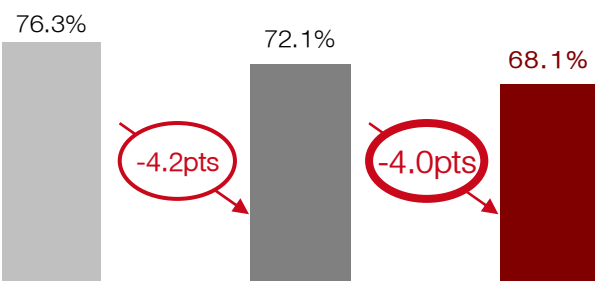
Part d'audience (4+) en %

2008

2009

2010

HISTORIQUES



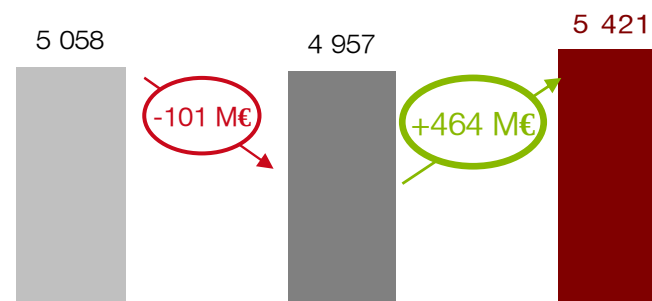
Marché publicitaire TV brut (en M€)

Espace classique (hors parrainage)

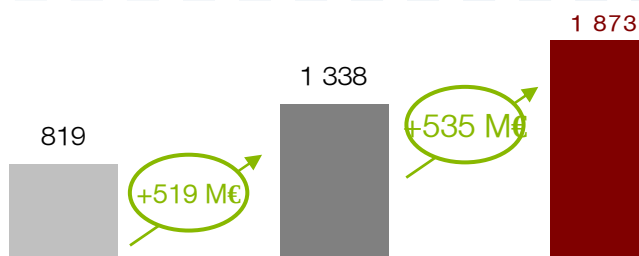
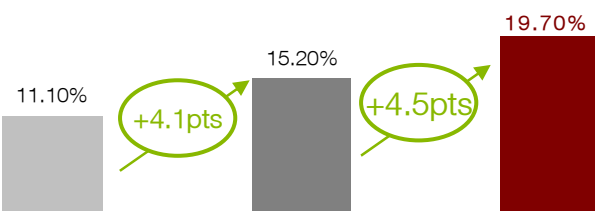
2008

2009

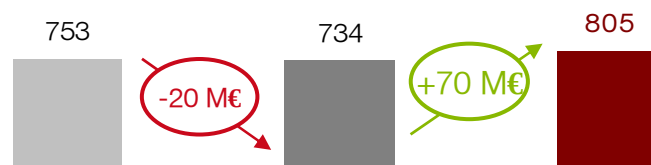
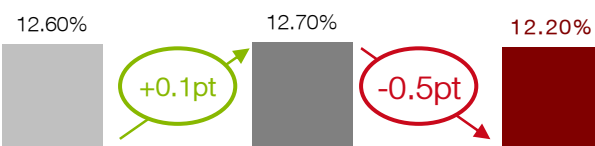
2010



TNT



PAYAN
TES



M6 consolide son gain de part de marché acquis entre 2008 et 2009 W9 continue de progresser dans son univers de référence



Part de marché publicitaire brute du Groupe M6 dans chaque univers TV (en %)

TOTAL TÉLÉVISION (hertzien + TNT + CabSat) : 8 099 M€ BRUTS en 2010 (+15%) vs 2009

CHAÎNES HISTORIQUES

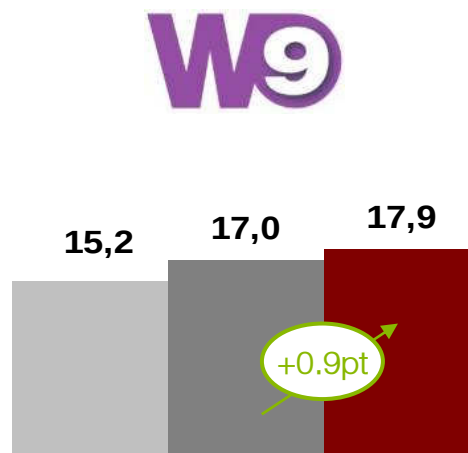
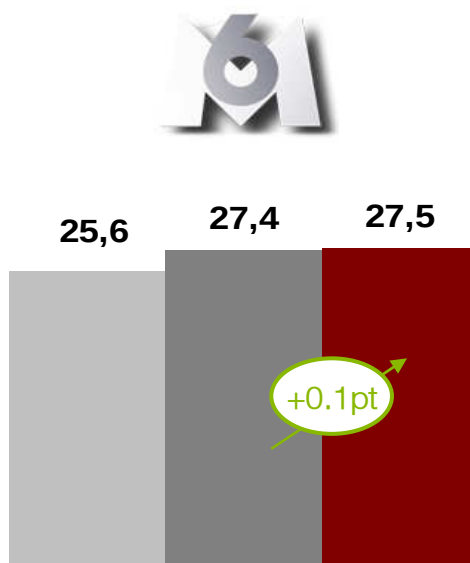
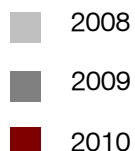
5 421 M€
+9% vs 2009

CHAÎNES TNT

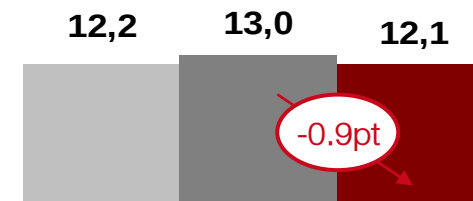
1 873 M€
+40% vs 2009

CHAÎNES PAYANTES

805 M€
+10% vs 2009



Chaînes du Groupe



La bonne tenue de ses audiences publicitaires permet à la chaîne M6 d'augmenter ses tarifs



Evolution des audiences et des tarifs sur M6 et TF1

EVOLUTION
AUDIENCE

EVOLUTION
TARIFS

(GRP Moyen Mén-50)



Stable

2.7%



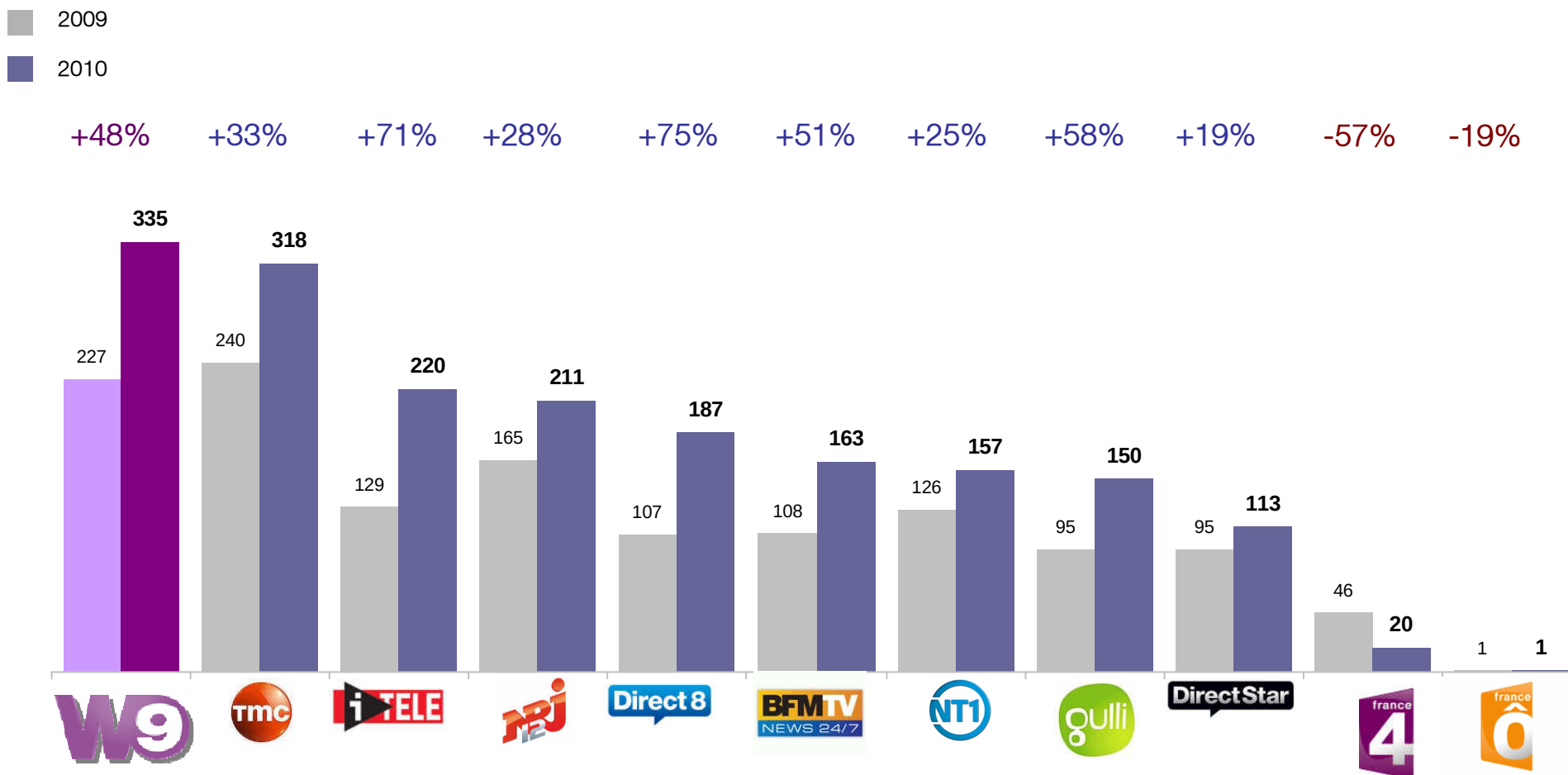
-5.2%

-0.2%

Dans l'univers TNT, W9 est devenue la chaîne la plus investie en 2010



Investissements publicitaires bruts (en M€) des chaînes de la TNT





3.DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

Des marges opérationnelles courantes en croissance (hors F.C.G.B)

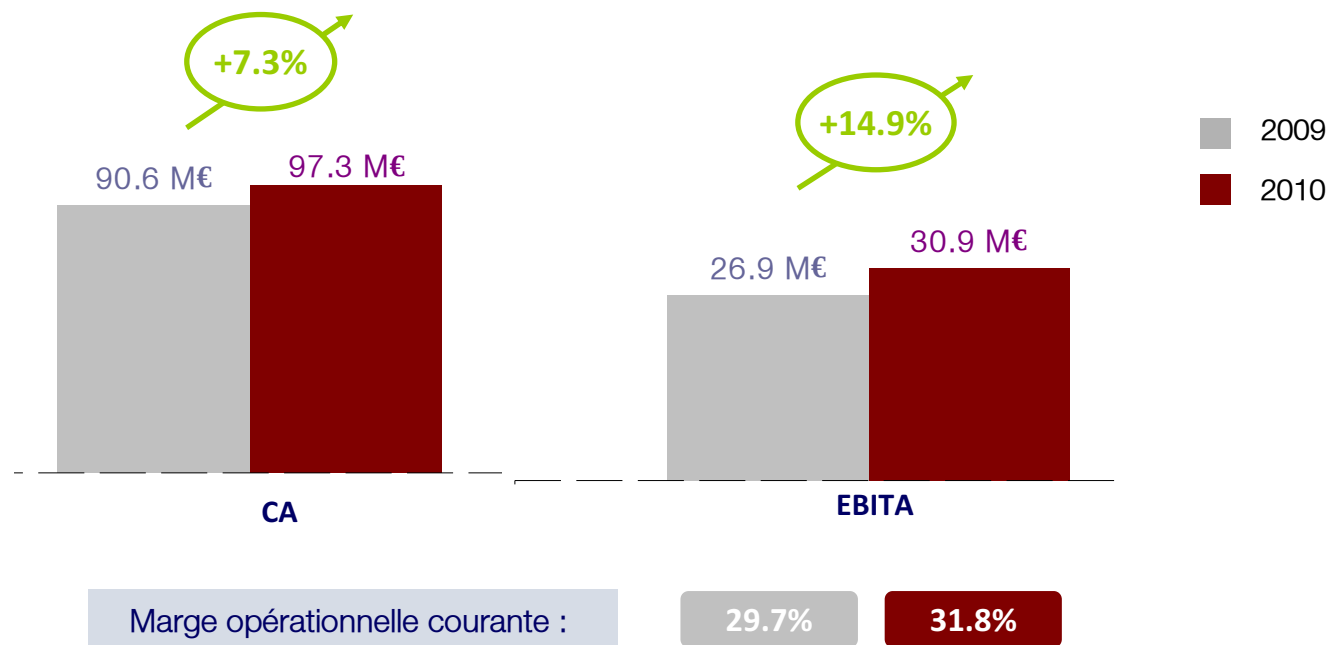
Diversifications et Droits
Audiovisuels (hors F.C.G.B)



M6 Web et l'Interactivité (1/3) – Un développement équilibré



M6 WEB



3 ACTIVITES :

Pôle internet

Pôle Téléphonie mobile



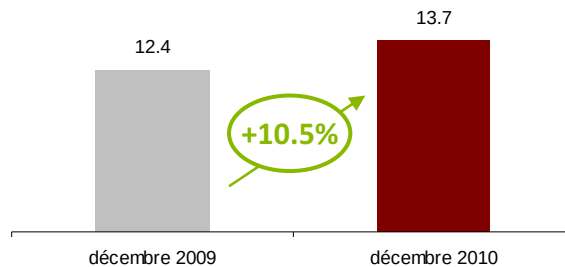
Pôle Jeux et Interactivité
Programmes

M6 Web et l'Interactivité (2/3) – Pôle internet - Un développement équilibré



Des audiences en progression

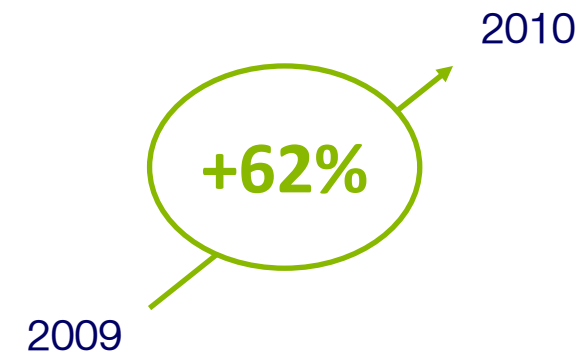
Nombre (en millions) de visiteurs uniques sur les sites du Groupe M6



Source : Mediametrie/NielsenNetratings

Des recettes publicitaires en hausse

CA publicitaire net de la régie M6 publicité Digital



Source : M6

- Sites de chaînes et catch-up



etc.

- Portails thématiques et comparateurs de prix



etc.

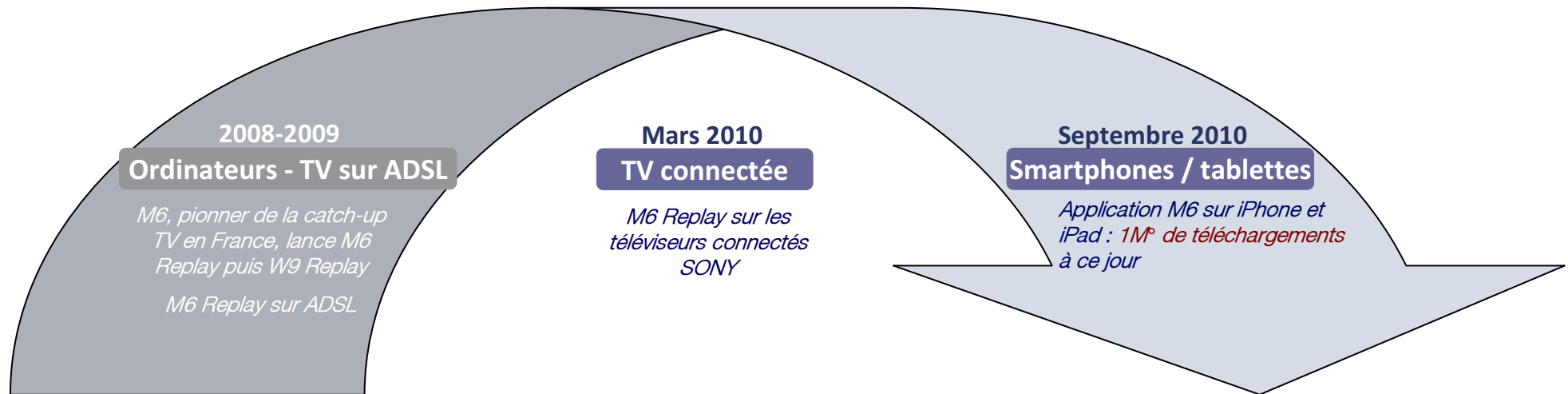
- Partenariats internet



etc.

1

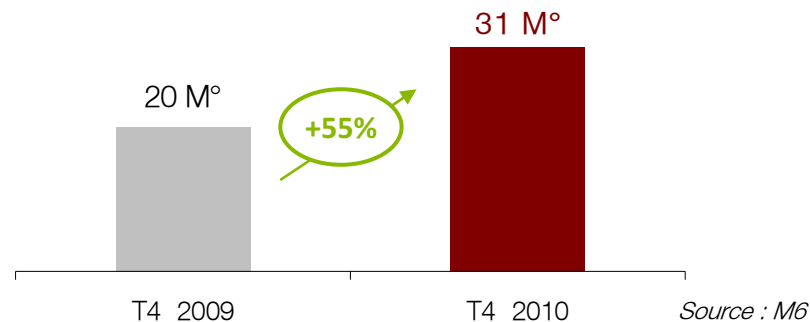
Une présence sur tous les écrans



2

Des audiences en progression

Catch-up TV : plus de 30M° de vidéos vues chaque mois



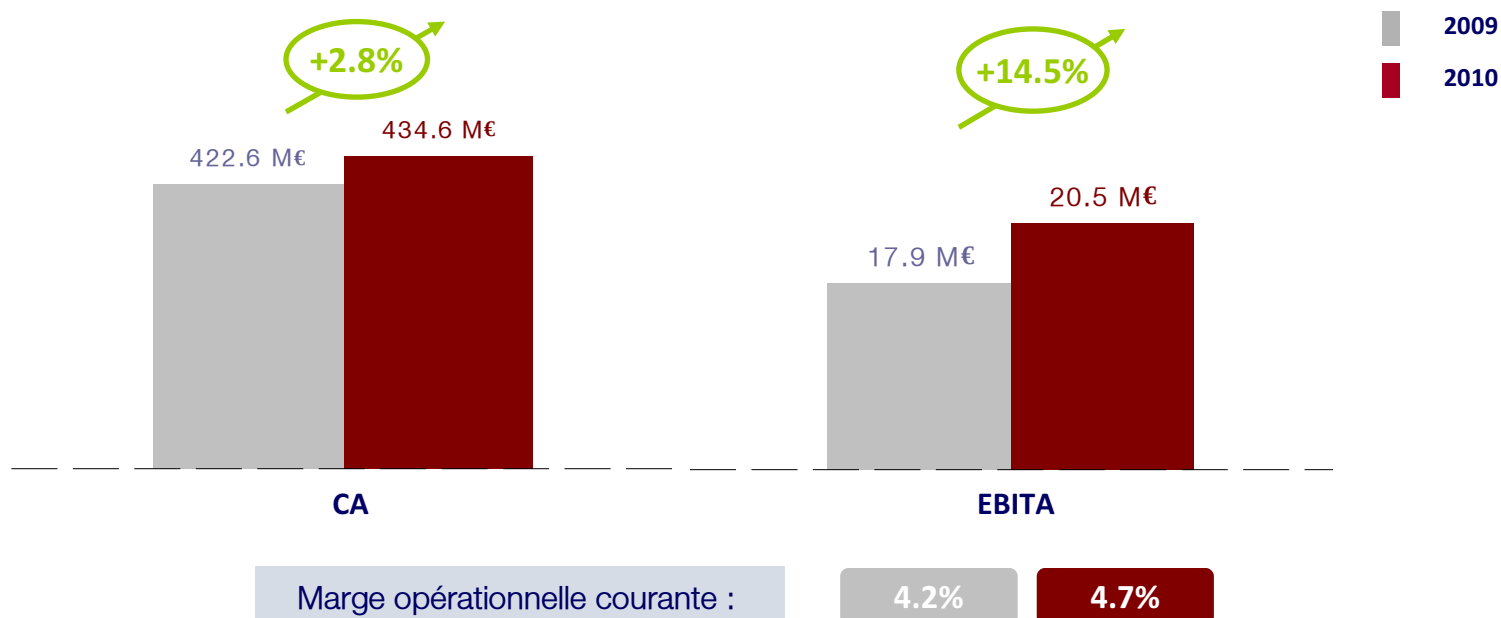
3

Des recettes publicitaires en hausse

CA publicitaire net (M6 Replay, W9 Replay, M6 Bonus)



AUTRES DIVERSIFICATIONS HORS F.C.G.B



DROITS AUDIOVISUELS :
De grands succès cinéma et vidéo



GROUPE M6

Plus de **6.4 M** d'entrées
en salle pour SND

M6 INTERACTIONS :
Développement des licences



Plus de **300 000** nouvelles
cartes souscrites au cours
de la première année
d'exploitation

VENTADIS:
Résistance malgré une pression sur
les marges



Poursuite de la stratégie de croissance

UNE ANNEE CONTRASTEE

Saison 2009-2010

Saison 2010-2011

Ligue 1

6^{ème} du championnat

9^{ème} du championnat en cours

Ligue des Champions

1/4 de finale

Non-qualification

UN EQUILIBRE FINANCIER PRESERVE EN 2010

Chiffre d'affaires

83.1 M€



EBITA

1.6 M€

Le transfert de Y. Gourcuff et des économies de salaires permettent de compenser une saison en demi-teinte





4.COMPTES

Bilan consolidé simplifié



En M€

	31 décembre 2009	31 décembre 2010	Variation (M€)
Goodwill	74.3	76.2	1.9
Actif non courant	287.2	288.5	1.3
Actif courant	1 028.6	619.7	(408.9)
Trésorerie	85.6	376.9	291.3
TOTAL ACTIF	1 475.7	1 361.3	(114.4)
Capitaux propres part du groupe	820.8	681.8	(139.0)
Intérêts non-contrôlants	(0.1)	-	0.1
Passif non courant	16.3	16.8	0.5
Passif courant	638.7	662.7	24.0
TOTAL PASSIF	1 475.7	1 361.3	(114.4)

Tableau de financement consolidé simplifié

En M€	31 décembre 2009	31 décembre 2010	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	312.0	357.7	45.7
Variation de BFR d'exploitation	(6.3)	52.6	58.8
Impôt	(53.2)	(90.7)	(37.5)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	252.6	319.5	67.0
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(85.5)	(109.0)	(23.5)
Flux de trésorerie des activités de financement	(121.9)	(303.4)	(181.5)
Produit de cession Canal + France	-	384.2	384.2
Variation globale de trésorerie	45.1	291.3	
Trésorerie à l'ouverture	40.5	85.6	45.2
Trésorerie à la clôture	85.6	376.9	291.4
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	85.2	377.5	292.3

Ratios financiers au 31 décembre



En M€ sauf données en %

2008

2009

2010

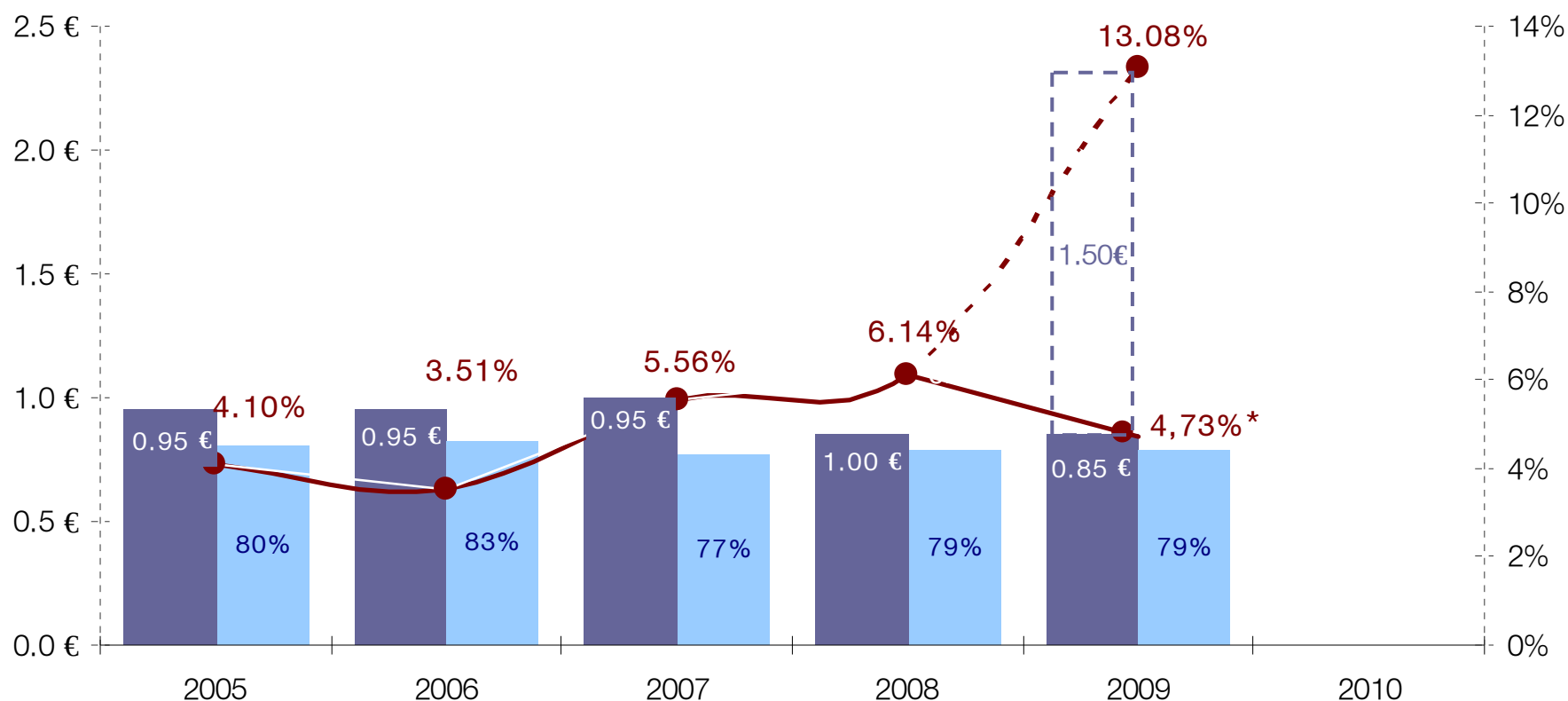
Profitabilité / Cash-Flows

FCF hors investissements de croissance	204,5	219,7	306,1
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	14,3%	13,8%	16,6%
Cash Conversion Ratio ajusté	105,4%	115,5%	126,4%
Marge Nette (Res. Net / CA)	10,2%	10,1%	10,7%
Marge Nette hors réévaluation des titres C+ France	8,8%	8,6%	10,7%

Bilan

Capitaux employés et autres actifs nets	393,8	351,4	304,3
C+ France	363,0	384,2	-
Trésorerie nette	38,3	85,2	377,5
<i>Capitaux propres - part du Groupe</i>	<i>795,1</i>	<i>820,8</i>	<i>681,8</i>

Maintien d'un taux de distribution de 80% du Résultat Net consolidé



* Taux de distribution hors dividende exceptionnel

—●— Taux de rendement (calculé sur le dernier cours coté de l'année)
■ Taux de distribution (en % du Résultat attribuable au Groupe des activités poursuivies)
[] Dividende exceptionnel par action versé au titre de l'année de référence
■ Dividende ordinaire par action versé au titre de l'année de référence



5.ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé



<i>En M€</i>	31/12/2010	31/12/2009	Variation 2010 / 2009 En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	670.2	605.6	64.6	10.7%
Chiffre d'affaires - autres activités	7.7	6.5	1.2	18.4%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	162.7	117.9	44.7	37.9%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	168.9	147.1	21.8	14.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	29.2	22.7	6.5	28.6%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	614.9	617.1	(2.2)	-0.4%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	52.9	52.2	0.7	1.3%
Autre chiffre d'affaires	0.3	0.2	0.0	19.9%
Eliminations et résultats non affectés	(2.6)	(2.6)	(0.0)	0.5%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	1 462.0	1 376.6	85.4	6.2%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	242.2	190.3	51.9	27.3%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1.3)	(6.3)	4.9	
Résultat de cession de filiales et participations	1.5	(0.0)	1.5	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	242.4	184.0	58.4	31.7%
Résultat financier	2.8	1.0	1.7	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	-	21.2	(21.2)	
Part dans les sociétés mises en équivalence	0.6	(1.5)	2.0	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	245.7	204.8	40.9	20.0%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(88.7)	(65.7)	(23.1)	
Résultat net des activités poursuivies	157.0	139.1	17.8	12.8%
Résultat net des activités abandonnées	-	-	-	
Résultat net de la période	157.0	139.1	17.8	12.8%
Attribuable aux intérêts minoritaires	0.1	0.1	0.1	
Résultat de la période attribuable au Groupe	157.1	139.2	17.9	12.8%

Détail des contributions du segment – Antenne M6



	31/12/2010			31/12/2009			variation 2010/2009		
<i>En M€</i>	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 M6 *	754.3	671.7	160.4	684.1	607.0	121.5	70.1	64.7	38.9
Filiales de production audiovisuelle et cinématographique	106.8	6.2	2.2	97.2	5.1	(3.6)	9.6	1.1	5.8
Eliminations intra-segment	(147.1)	-	-	(132.7)	-	-	(14.4)	-	-
Total Antenne M6	714.0	677.9	162.7	648.6	612.1	117.9	65.4	65.8	44.7

* y.c. M6 Publicité (Régie)

Présentation analytique des contributions du segment – Antenne M6



<i>En M€</i>	31/12/2010	31/12/2009	Variation 2010 / 2009	
			En M€	En %
Recettes nettes diffuseurs	548.5	484.8	63.7	13.1%
Coût de la grille	(319.8)	(303.5)	(16.3)	+5.4%
Marge Brute de la grille	228.7	181.3	47.4	26.1%
En %	41.7%	37.4%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(79.0)	(69.2)	(9.8)	14.2%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	10.8	9.4	1.4	+14.3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	2.2	(3.6)	5.8	-162.7%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	162.7	117.9	44.7	37.9%

Les recettes nettes diffuseurs sont calculées comme suit :

Chiffre d'affaires net facturé – taxes – coûts de diffusion – charges de la régie publicitaire (quote-part)

Détail des contributions des segments – Chaînes numériques, Diversifications et Droits Audiovisuels

En M€	31/12/2010			31/12/2009			variation 2010/2009		
	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)
Total Chaînes Numériques	171.5	168.9	29.2	149.3	147.1	22.7	22.3	21.8	6.5

En M€	31/12/2010			31/12/2009			variation 2010/2009		
	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	135.4	114.4	4.0	138.9	115.8	3.3	(3.5)	(1.4)	0.7
Pôle Interactions	46.5	41.0	5.4	42.0	37.0	2.2	4.5	4.0	3.2
Pôle Ventadis	287.4	279.1	11.1	278.1	269.8	12.4	9.2	9.3	(1.3)
Pôle Interactivité	103.3	97.2	30.9	101.8	90.6	26.9	1.4	6.6	4.0
FCGB	83.7	83.1	1.6	104.7	103.8	7.4	(21.1)	(20.8)	(5.8)
Eliminations intra-segment	(17.5)	-	-	(16.9)	-	-	(0.6)	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	638.7	614.9	52.9	648.7	617.1	52.2	(10.0)	(2.2)	0.7



GROUPE

QUESTIONS & RÉPONSES
