



PRESENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2011

15 février 2012

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. Perspectives

5. Comptes

6. Annexes



1.INTRODUCTION

Les faits marquants de 2011



TELEVISION



DIVERSIFICATIONS



Une conjoncture difficile

Ralentissement publicitaire au 2^{ème} semestre

Ralentissement de la consommation des ménages

Une stratégie adaptée

Renforcement des programmes



Gains de parts de marché publicitaire

- Rationalisation du portefeuille de diversifications
- Poursuite du développement numérique

Un EBITA record
245,0 M€

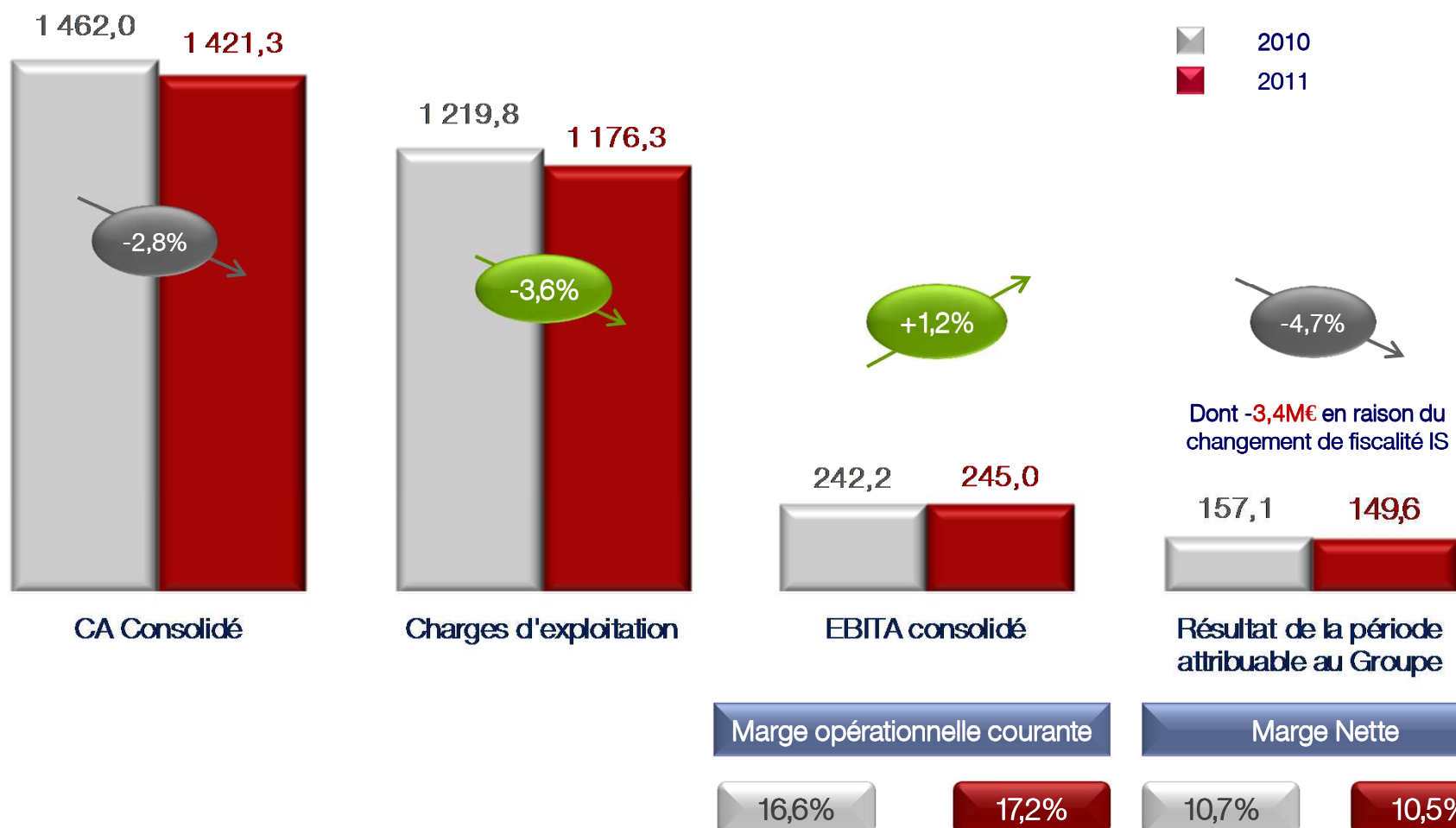
Progression de la profitabilité
+1,4 pts

Progression de la profitabilité
+1,6 pts

Le Groupe M6 confirme l'efficacité de son modèle stratégique



Chiffres clés (en M€)



Introduction – Les faits marquants de 2011

Un chiffre d'affaires consolidé de 1421,3 M€, en léger recul (-1,1%) hors F.C.G.B.



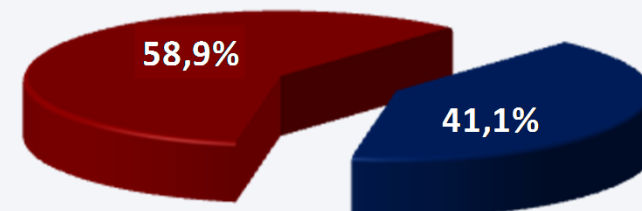
Évolution de la contribution au CA consolidé



Répartition des revenus publicitaires et non publicitaires

CA Publicitaire :
837,1 M€

CA non publicitaire :
584,2 M€



+2,7%

-9,7%

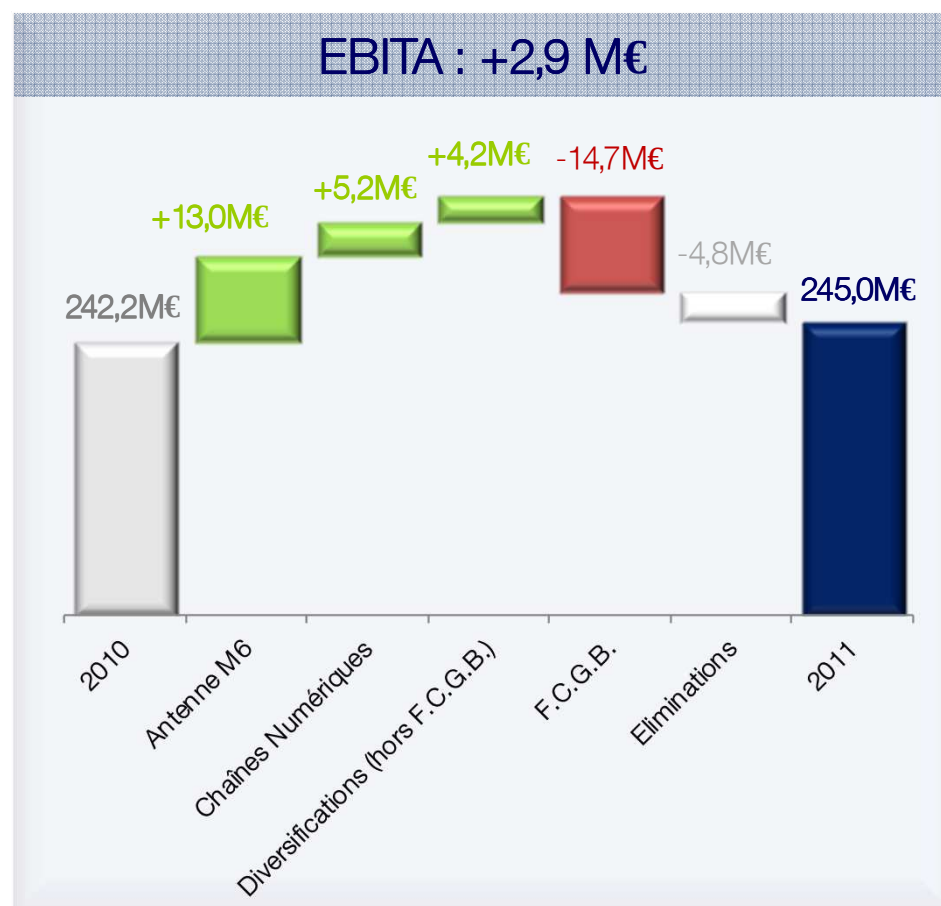
vs. 55,8 % / 44,2%
au 31 décembre 2010

Introduction – Les faits marquants de 2011

Un résultat opérationnel courant en progression de +1,2% à 245,0 M€



Évolution de la contribution à l'EBITA consolidé



Une amélioration de la marge consolidée

	FY 2010	FY 2011	Variation
Télévision	22,7%	24,1%	+1,5 pts
Diversifications et Droits Audiovisuels (hors F.C.G.B.)	9,7%	11,3%	+1,6 pts
F.C.G.B.	1,9%	-22,7%	-24,6 pts
TOTAL	16,6%	17,2%	+0,7 pt

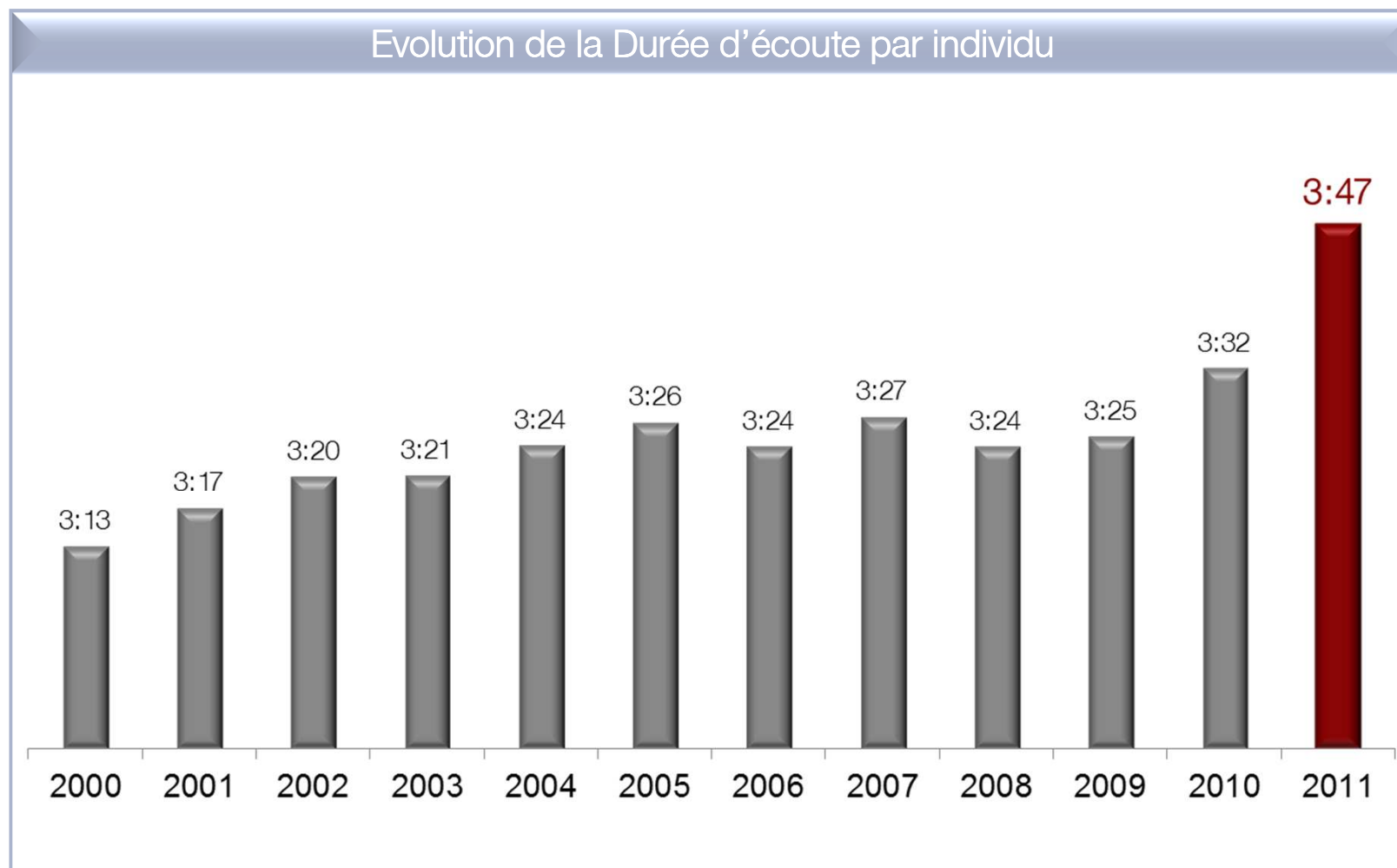
Marge opérationnelle courante = EBITA / CA



2.TELEVISION

Audiences

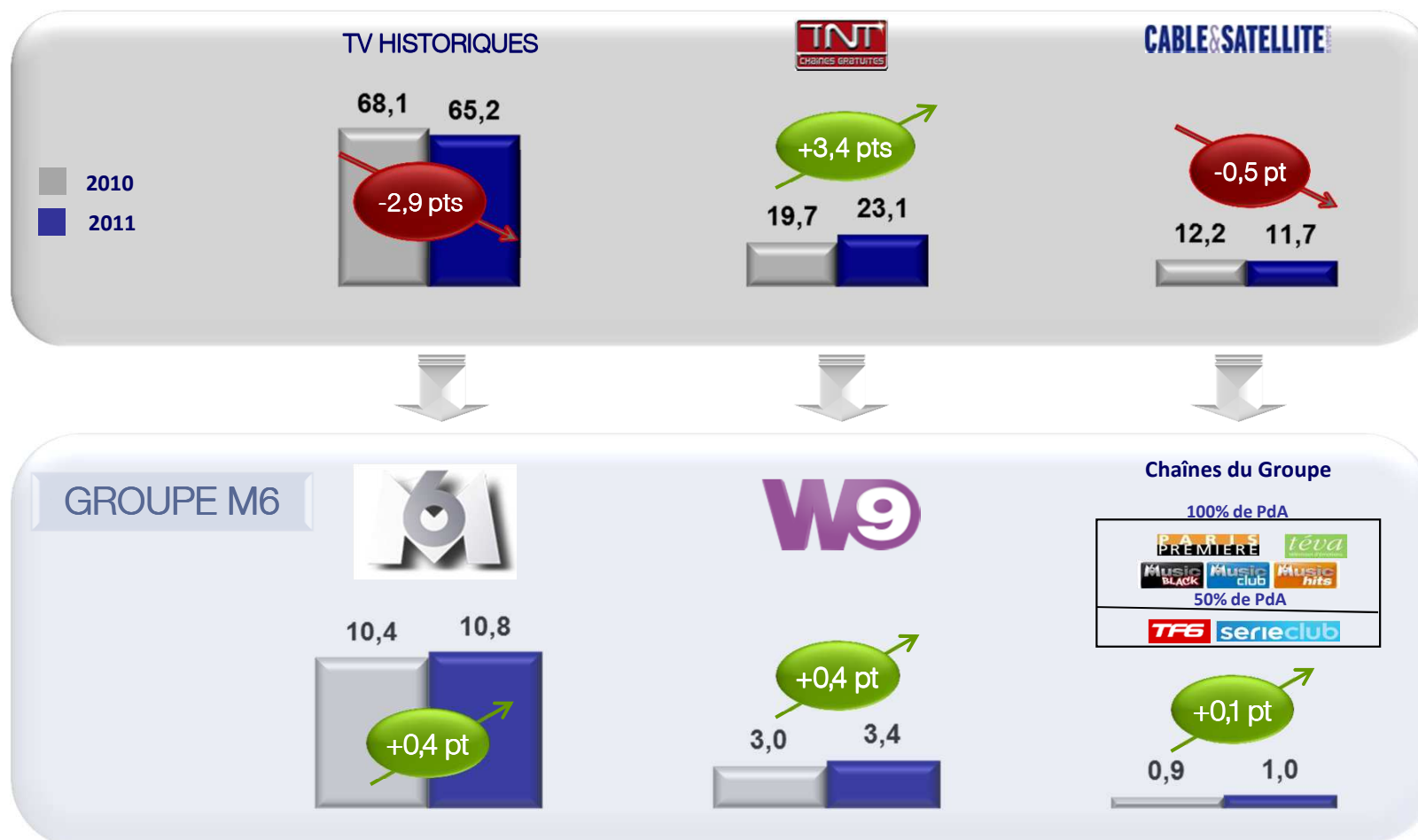
La télévision est un média de plus en plus consommé : la durée d'écoute a atteint un record historique en 2011



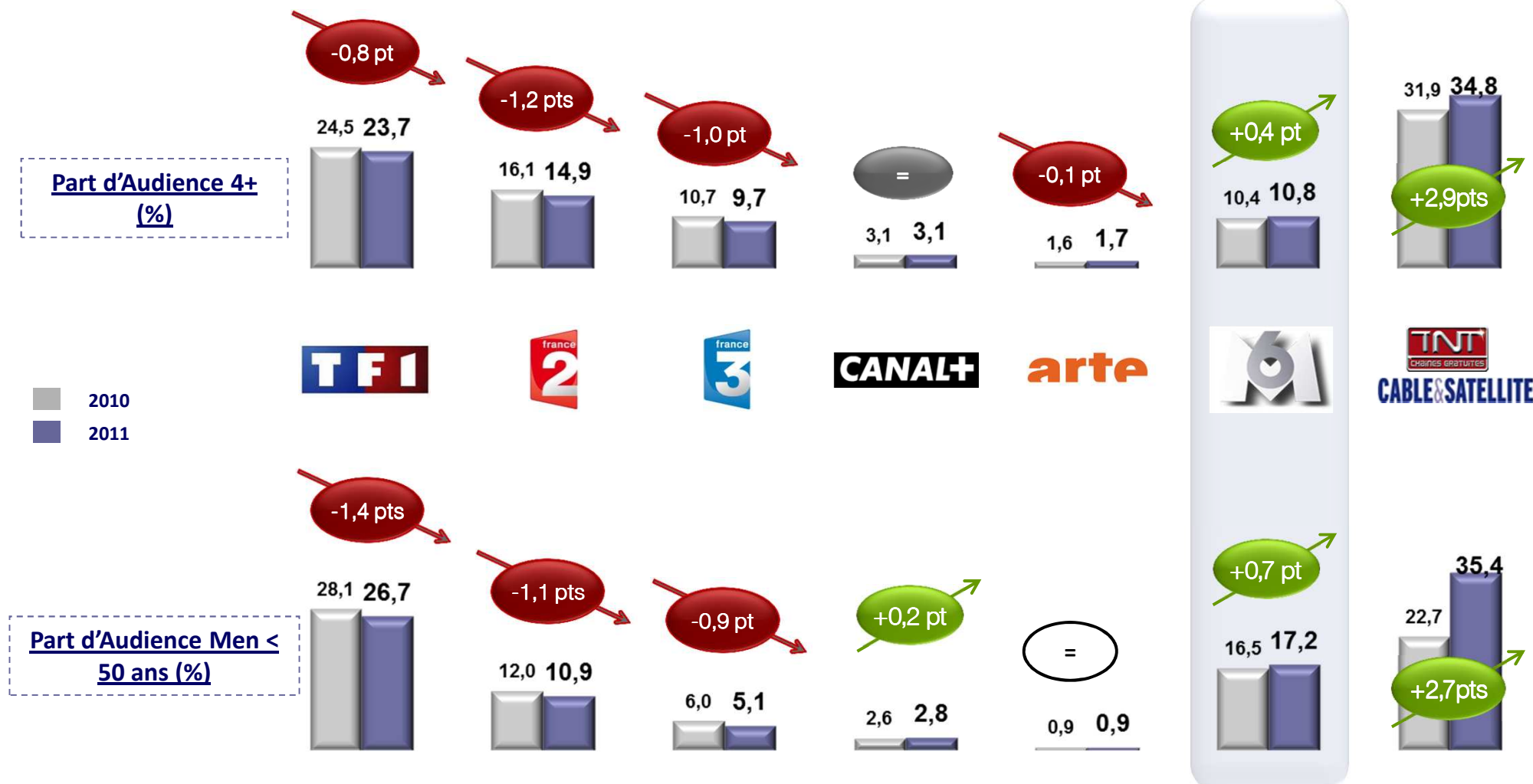
2011 : Dans un paysage de plus en plus fragmenté, les chaînes du groupe progressent dans tous les univers TV



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



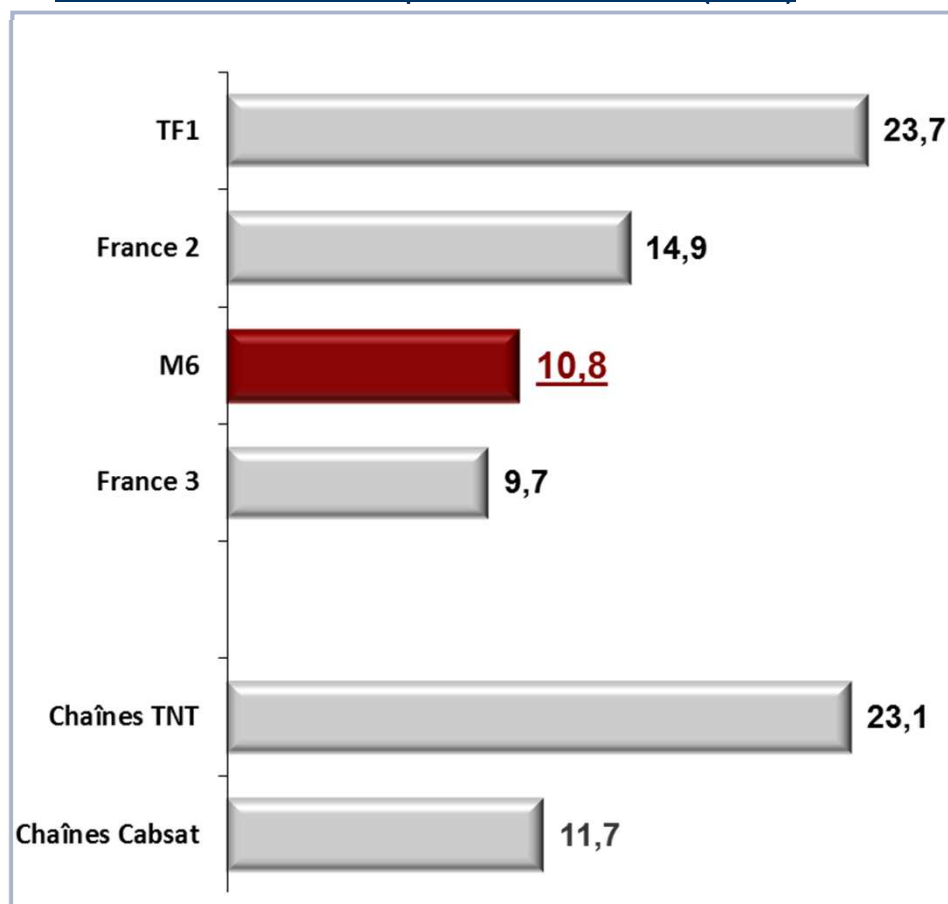
2011 : M6 seule chaîne nationale historique en croissance



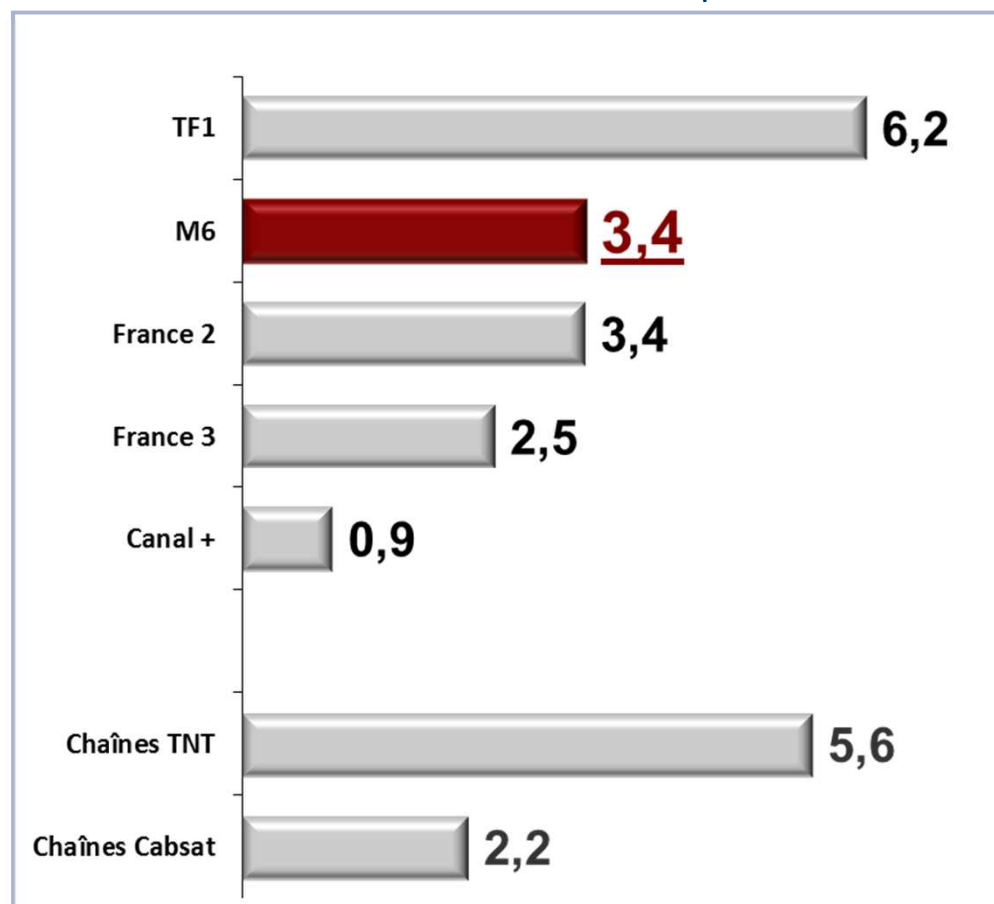
En **2011** M6 est devenue :

- > la 3^{ème} chaîne nationale auprès de l'ensemble du public
- > la 2^{ème} chaîne la plus puissante en 1^{ère} partie de soirée

TRANCHE 3h-27h / en part d'audience 4+ (en %)



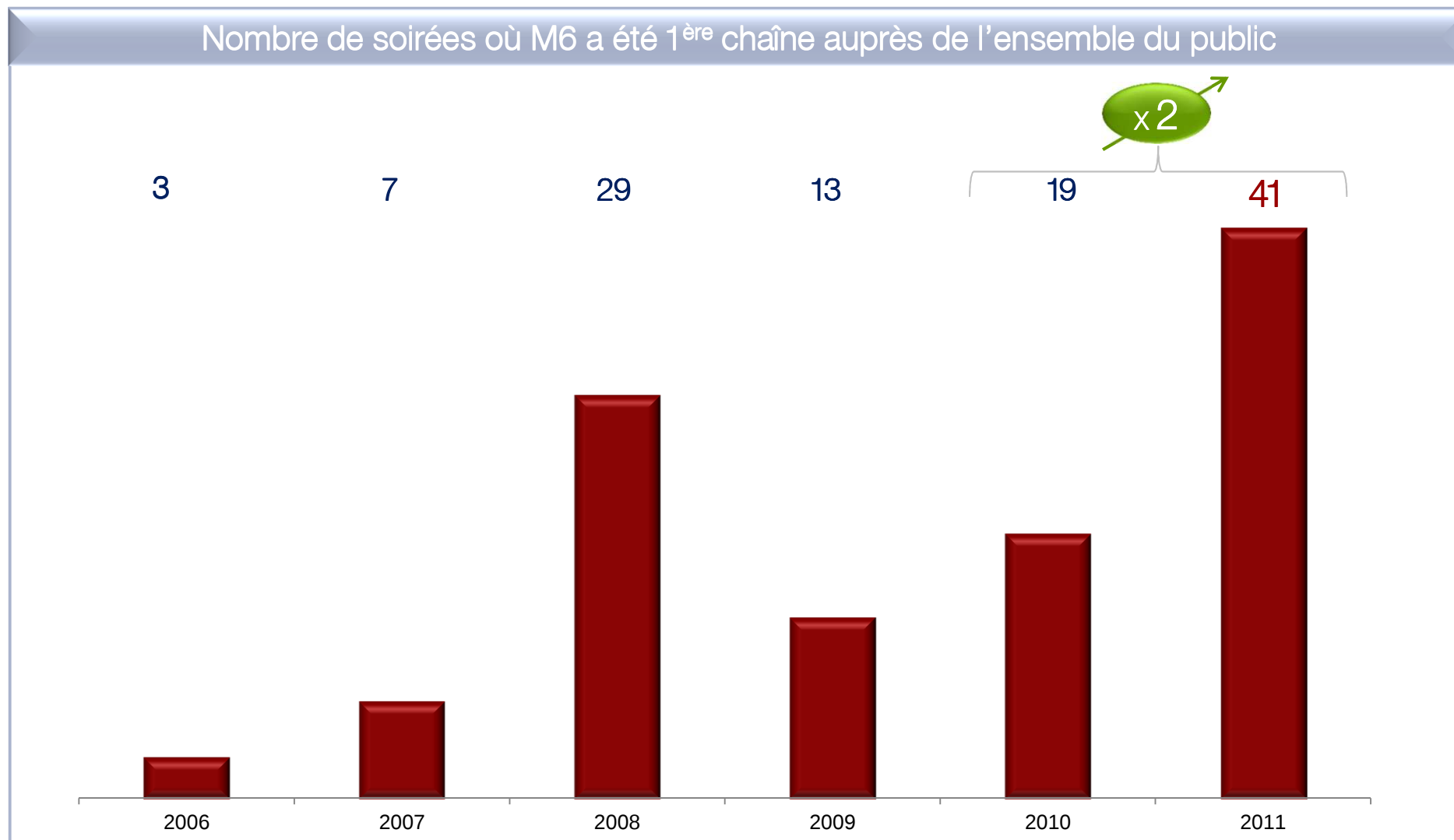
TRANCHE 20h45-22h30 / en million de téléspectateurs



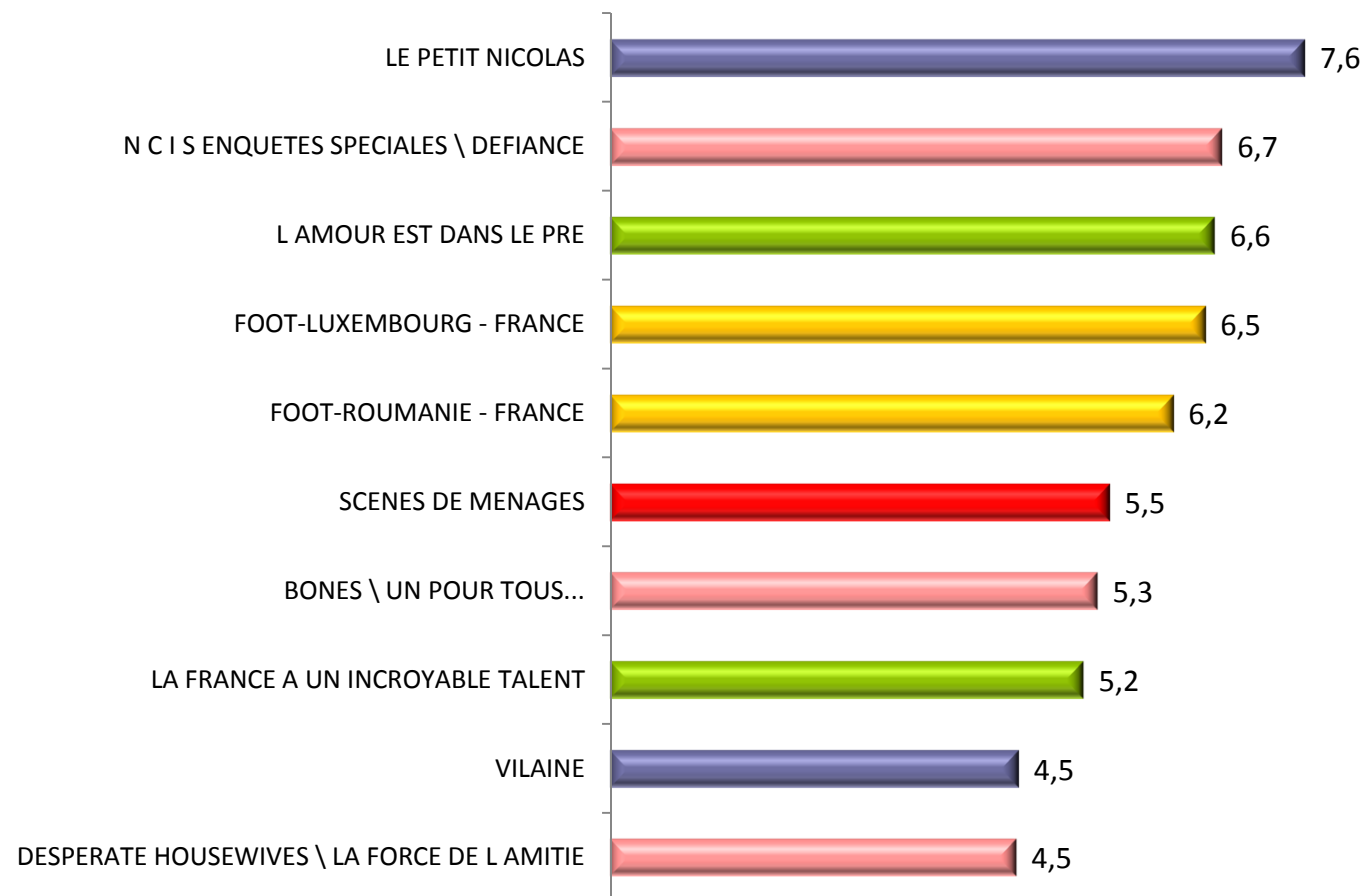
En **2011** M6 s'est classée leader auprès de l'ensemble du public 41 soirées



GROUPE



Les 10 meilleures audiences de M6 en 2011 : des succès dans tous les genres de programmes



Séries inédites



Saison 8 de NCIS : 5.9M° en moyenne



Saison 6 de BONES : 4.8M° en moyenne
Meilleure audience depuis le lancement de la série



Saison 7 de DESPERATE HOUSEWIVES : 4.1M°
Meilleurs niveaux depuis 2007 pour la série

Cinéma



LE PETIT NICOLAS : 7.6M°

Meilleure audience historique pour un film sur M6



Evénements



L'AMOUR EST DANS LE PRE : 6.1M°
Record d'audience pour une saison du format



LA FRANCE A UN INCROYABLE TALENT : 4.3M°
Record d'audience pour une saison du format

Magazines



3.1M° t1sp



3.1M° t1sp



3.4M° t1sp



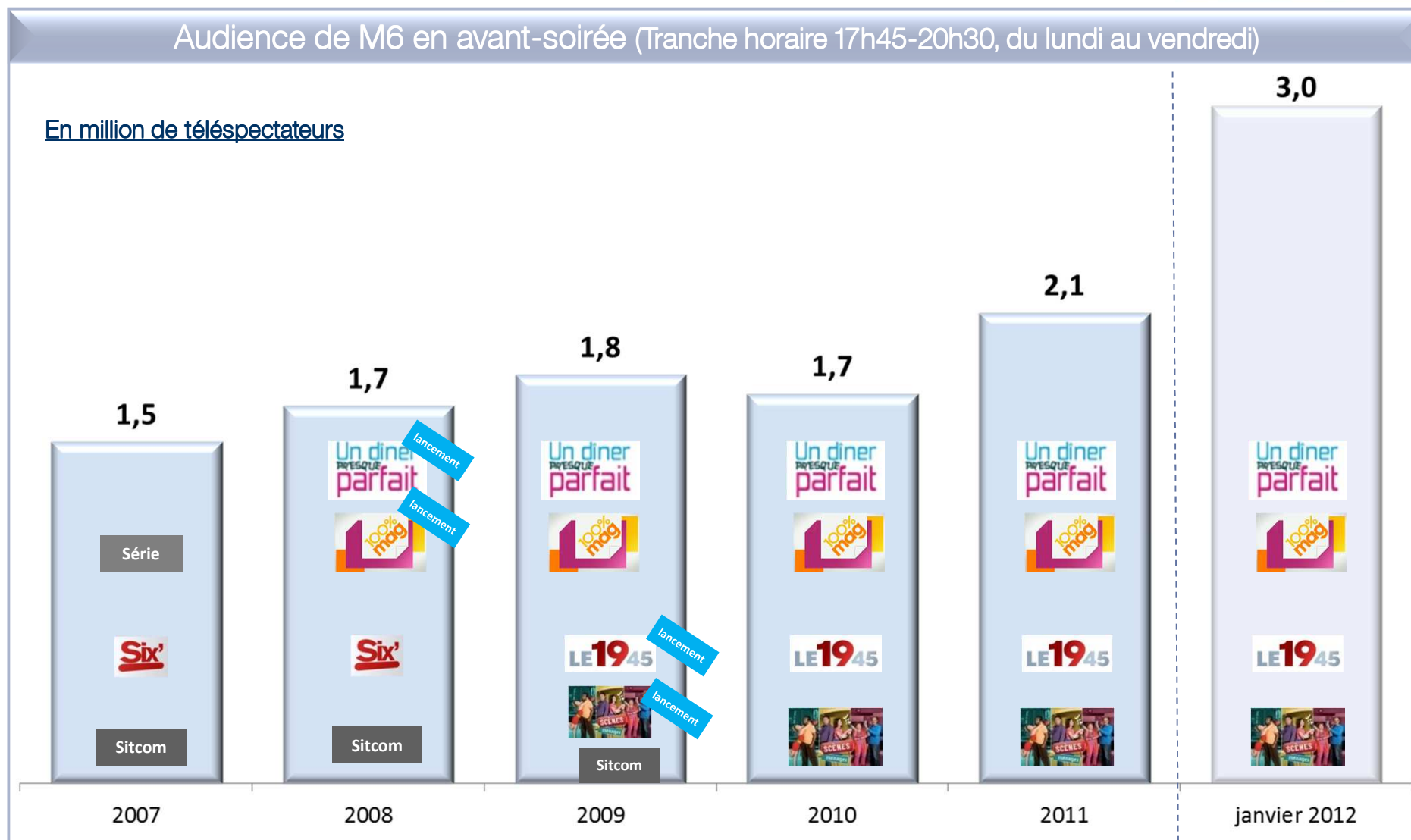
2.7M° t1sp

L'avant-soirée est un moteur de la croissance de M6



Audience de M6 en avant-soirée (Tranche horaire 17h45-20h30, du lundi au vendredi)

En million de téléspectateurs



Télévision - Audiences

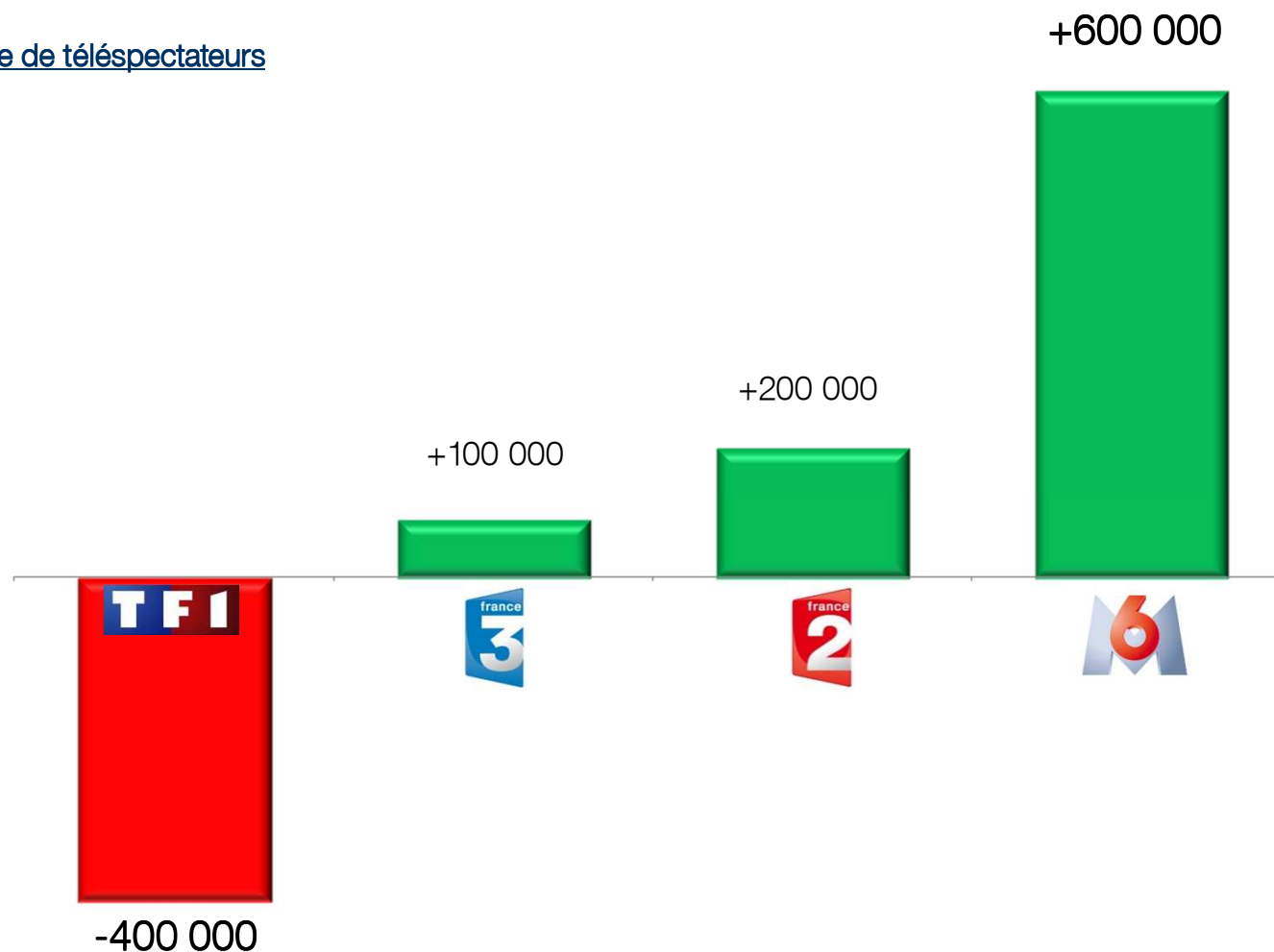
LE 19 45 est le journal télévisé qui progresse le plus en un an

LE 19 45 est devenu le 2^{ème} JT le plus puissant auprès des moins de 50 ans



Evolution de l'audience des journaux télévisés du soir en un an (2011 par rapport à 2010)

Nombre de téléspectateurs

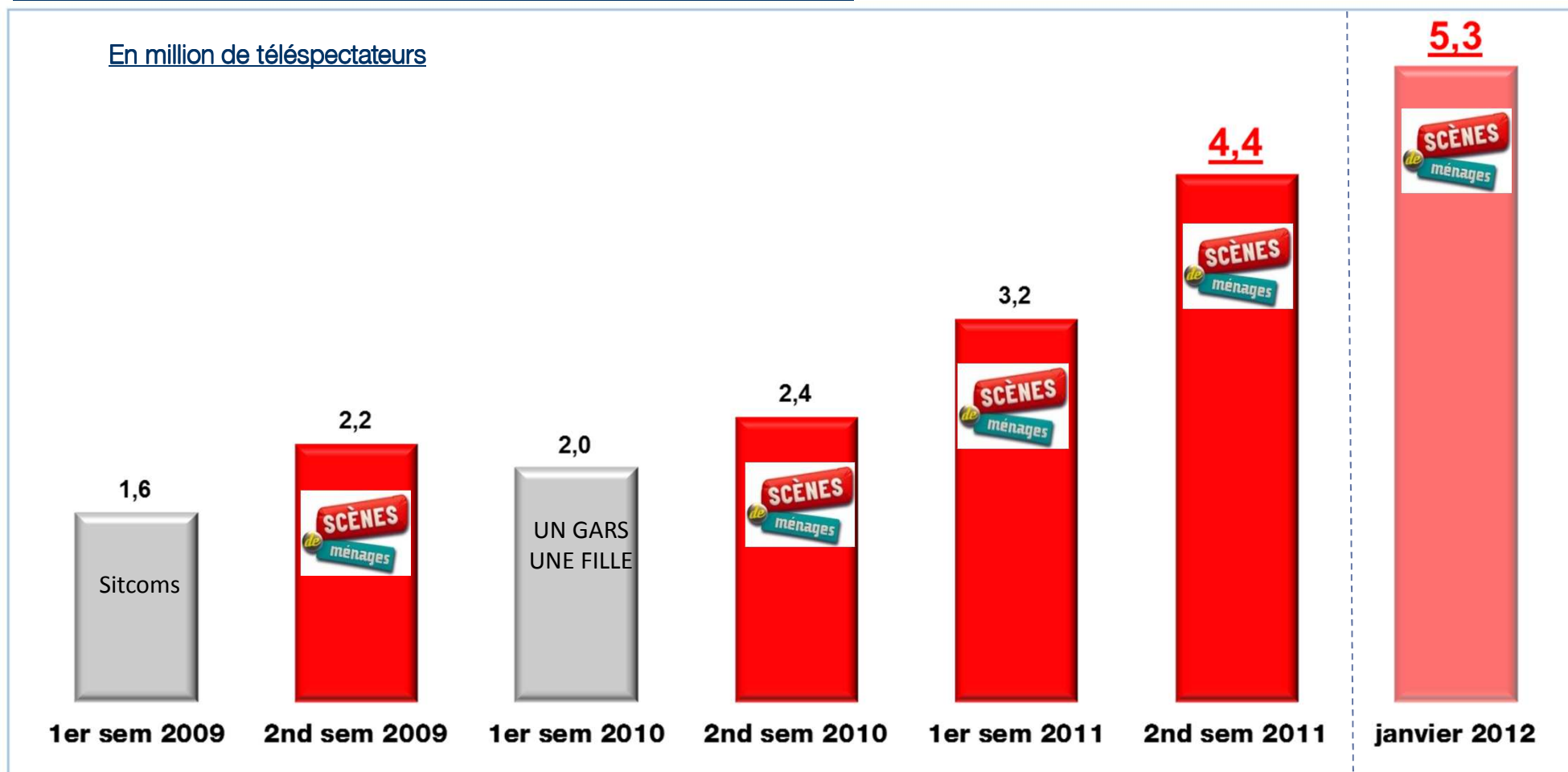


Scènes de Ménages détient le record d'audience historique dans la case de 20h : **5.5 M°** de téléspectateurs

**Nouveau record en 2012 : 5.9 M° de téléspectateurs*

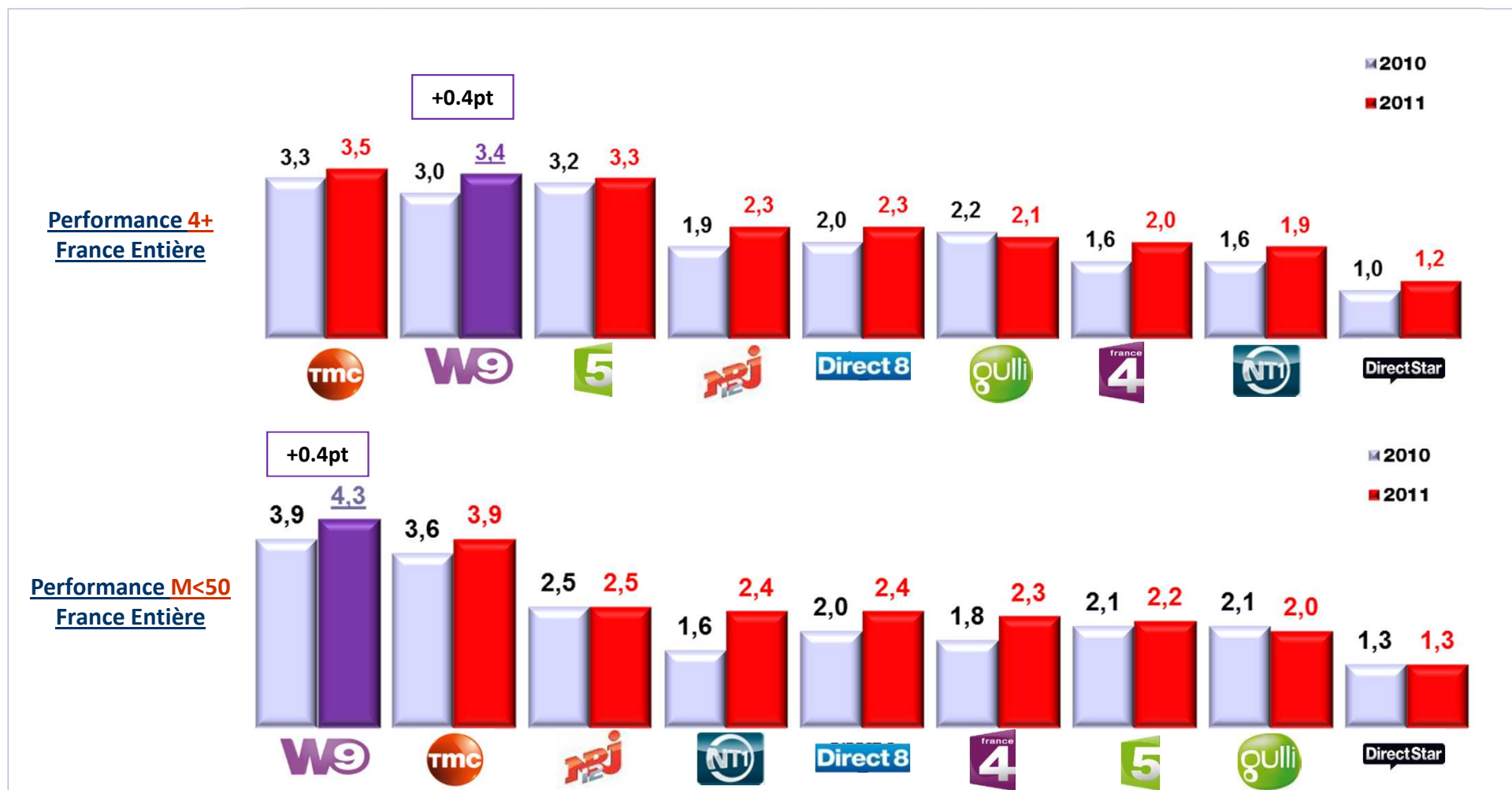


Evolution de l'audience moyenne dans la case de 20 heures par semestre (du lundi au vendredi)



Télévision - Audiences

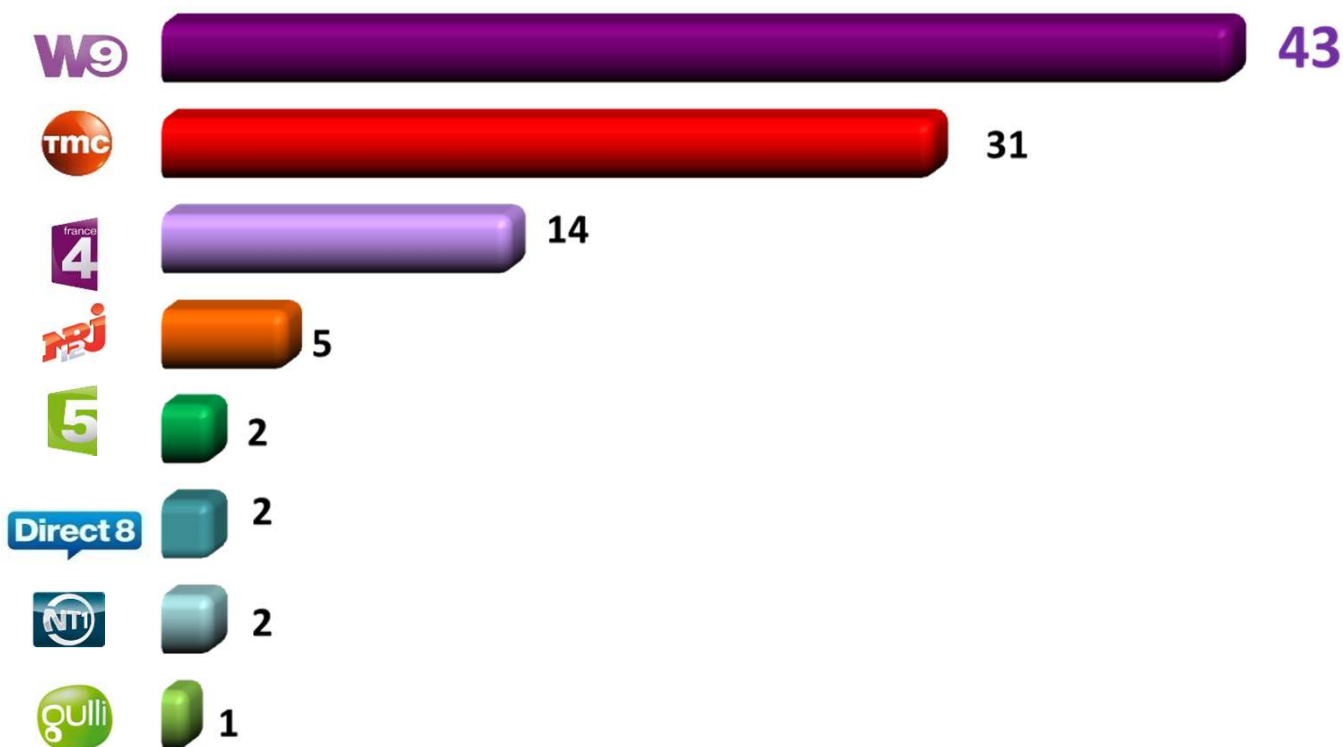
En **2011**, W9 réalise la meilleure progression des chaînes TNT auprès de l'ensemble du public (hors chaînes d'information) et conforte son leadership auprès des ménagères de moins de 50 ans



W9 enregistre 43 des 100 meilleures audiences de la TNT en 2011



Répartition des 100 meilleures audiences TNT en 2011



W9 est leader TNT en soirée grâce à une offre de programmes puissante et variée

Cinéma et séries inédites



Le cinéma le plus puissant de la TNT



Les deux séries inédites les plus puissantes en 1^{ère} et 2^{ème} partie de soirée

Magazines



W9 leader TNT auprès de l'ensemble du public



W9 leader TNT auprès des moins de 50 ans

Divertissements

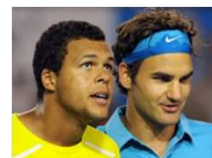


Meilleurs niveaux pour un talent-quest musical sur la TNT



Meilleure performance pour une émission de télé-réalité sur la TNT auprès de l'ensemble du public

Événements sportifs



Finale du TENNIS ATP WORLD TOUR
Record d'audience pour une compétition sportive sur W9 : 2.0M° pour le match TSONGA / FEDERER



EUROPA LEAGUE :
SALZBOURG / PARIS SG
Record d'audience pour un match de football sur W9 : 1.9 M°

Téva et Paris Première continuent d'afficher une excellente santé en audience

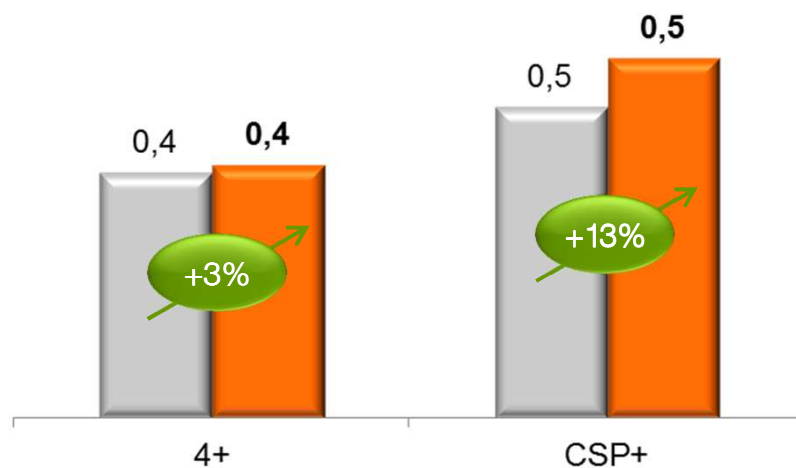


**PARIS
PREMIERE**

CHAÎNE PAYANTE LA PLUS
REGARDÉE EN COUVERTURE

Parts d'audience nationales de Paris Première (en %)

■ 2010 ■ 2011

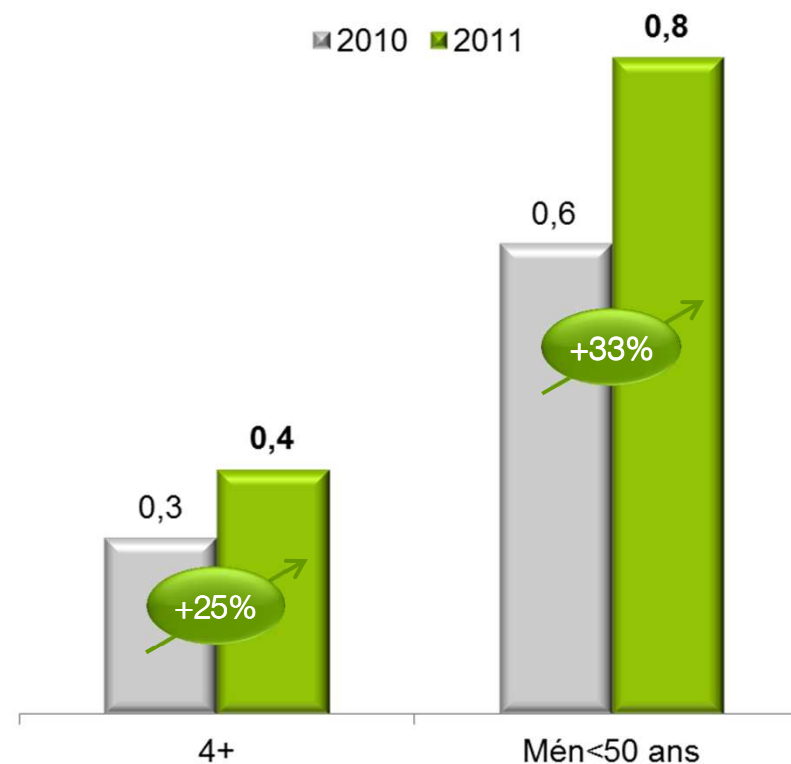


téva

LEADER DES CHÂÎNES PAYANTES
AUPRÈS DU PUBLIC FÉMININ

Parts d'audience nationales de Téva (en %)

■ 2010 ■ 2011





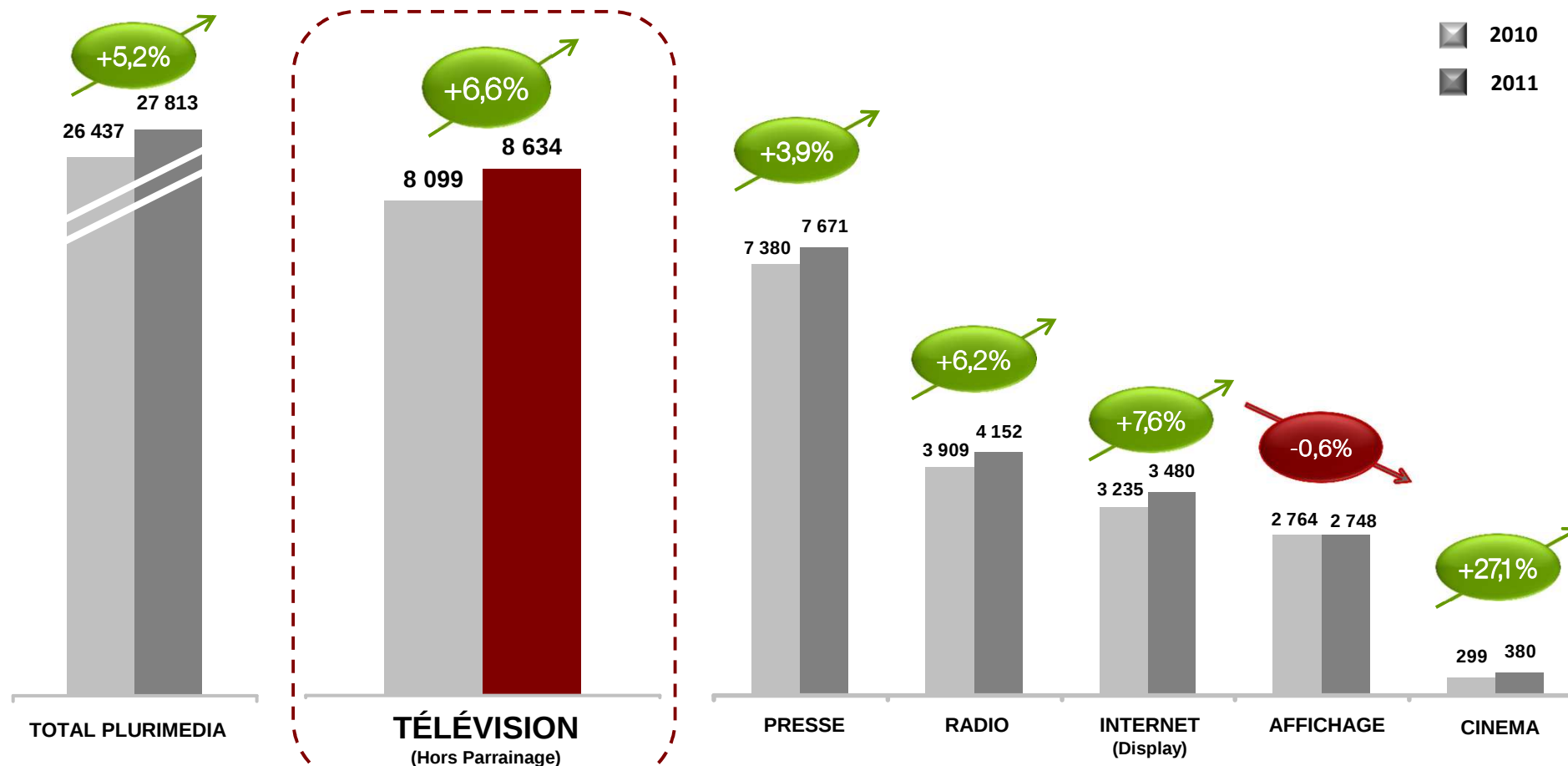
TELEVISION

Marché publicitaire

Le média Télévision confirme sa place de 1^{er} média publicitaire en 2011, avec une croissance de +6,6% vs 2010



Marché publicitaire Plurimedia brut en 2011



Univers constant 2011 vs 2010 - Tous secteurs hors auto-promotion, abonnements / Source : Kantar Media

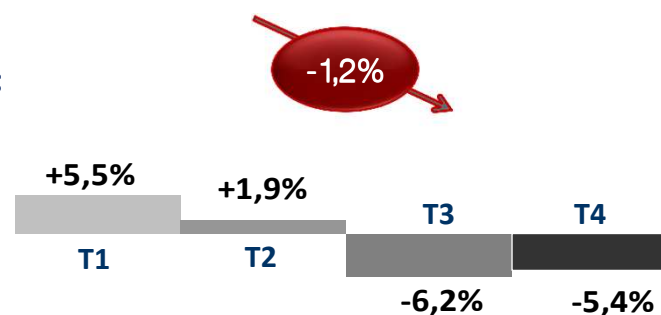
L'année 2011 a été marquée par un 1^{er} semestre dynamique, avant de connaître un ralentissement en fin d'année



Evolution de chaque Univers TV 2011 vs 2010 par Trimestre : variation en %

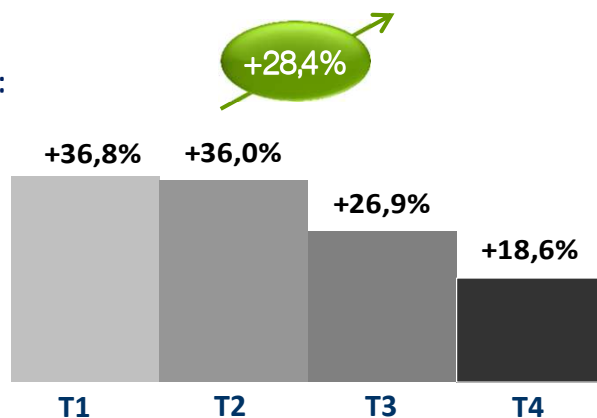
CHAÎNES HISTORIQUES : 5 354 M€ bruts

Evol. annuelle
2011 vs 2010 :



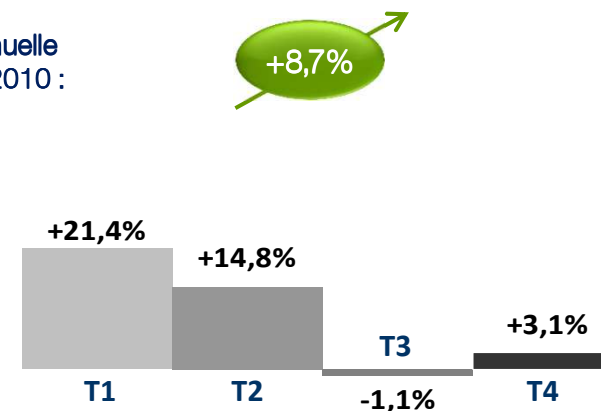
CHAÎNES TNT : 2 406 M€ bruts

Evol. annuelle
2011 vs 2010 :



CHAÎNES PAYANTES : 874 M€ bruts

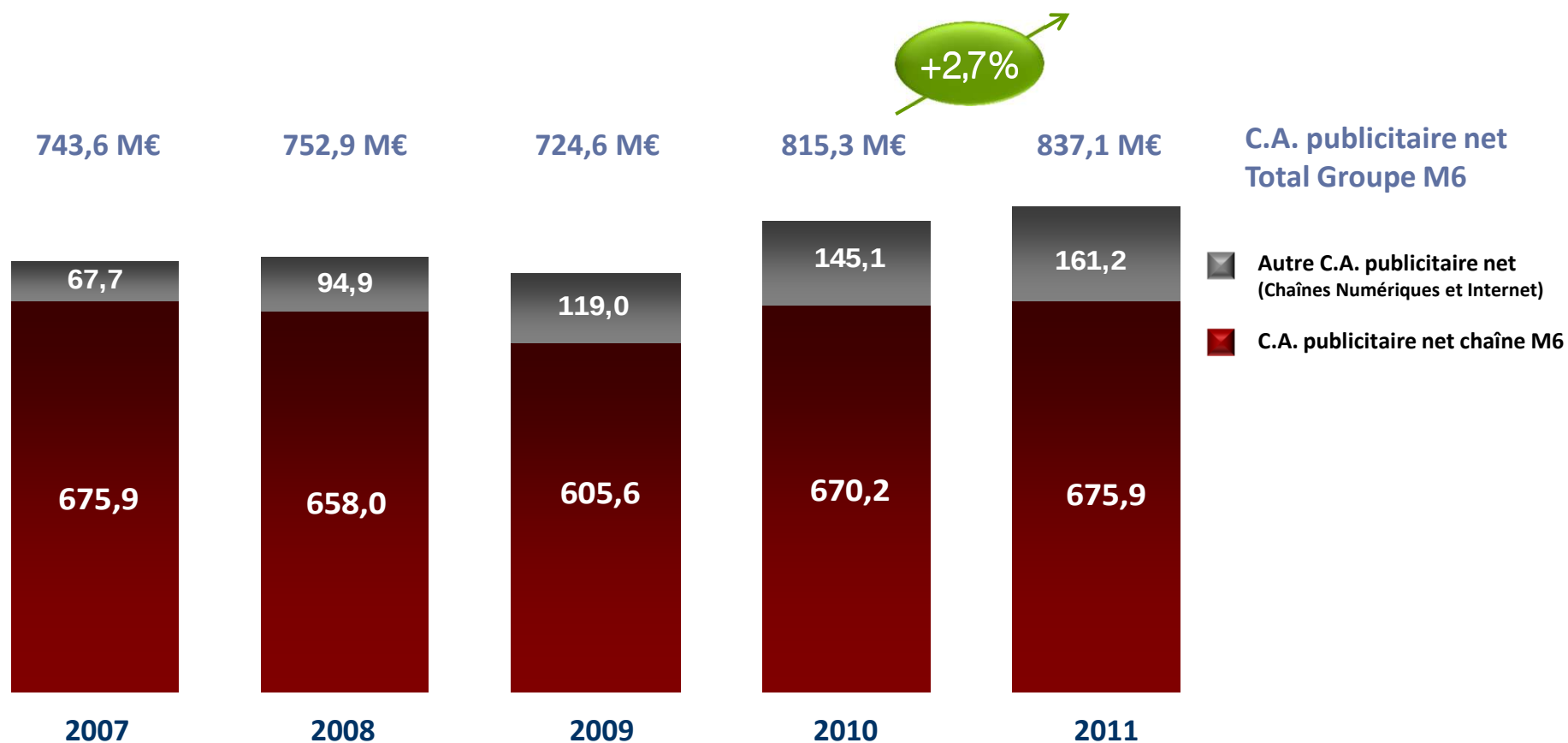
Evol. annuelle
2011 vs 2010 :



En 2011, le groupe M6 atteint son plus haut niveau de Chiffre d’Affaires publicitaire historique, avec M6 qui égale son plus haut de 2007



Evolution du Chiffre d’Affaires net publicitaire du Groupe M6 depuis 2007 en Millions €

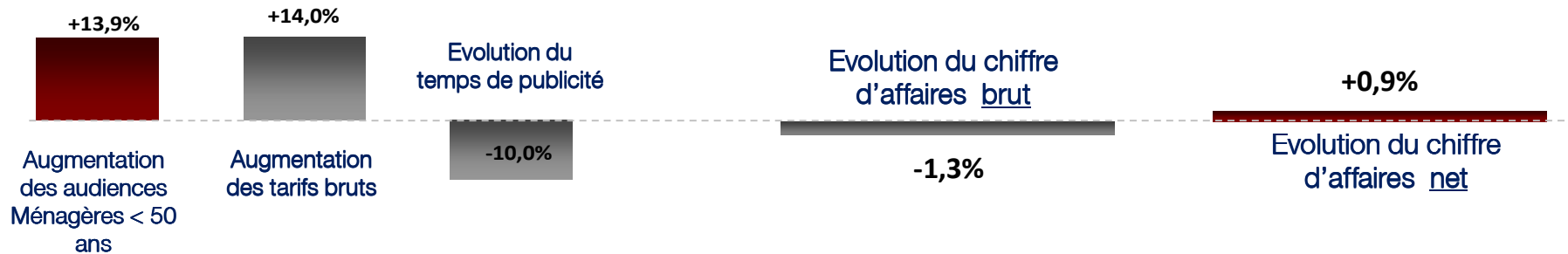




Les bonnes audiences de M6 permettent à la chaîne d'augmenter ses tarifs et de consolider son Chiffre d'Affaires net en 2011



Evol 2011 vs 2010



Audience moyenne*

Tarif brut moyen*

Temps de publicité

Chiffre d'affaires brut

Chiffre d'affaires net

* : à structure d'écrans équivalente

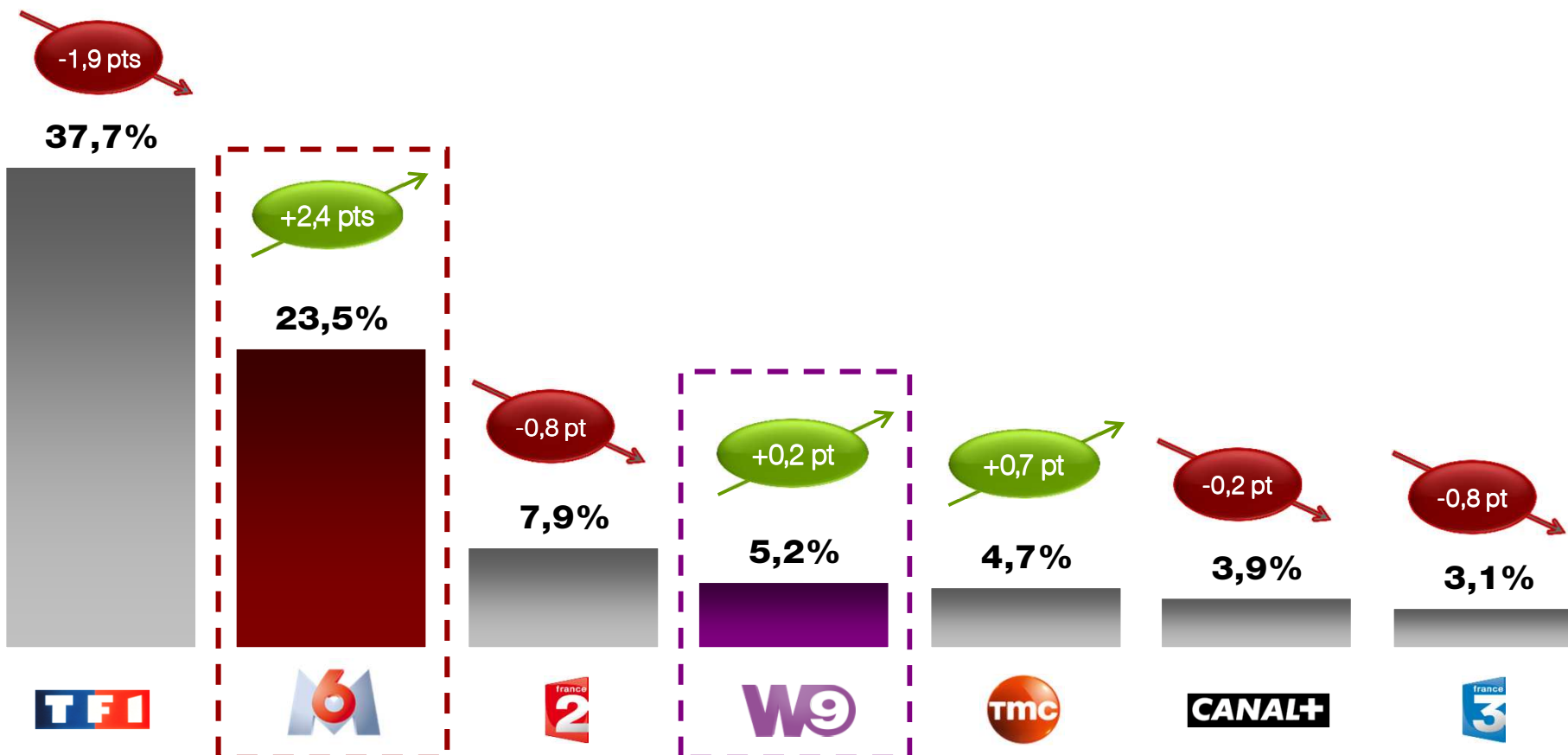
➤ Impact du coût GRP garanti avec planification en interne des campagnes

➤ Gestion optimisée de notre offre publicitaire

En 2011, M6 et W9 renforcent leurs positions au sein de l'offre publicitaire gratuite



Répartition de l'audience écrans en 2011
Part d'offre GRP Ménagères < 50 ans et évolution vs 2010

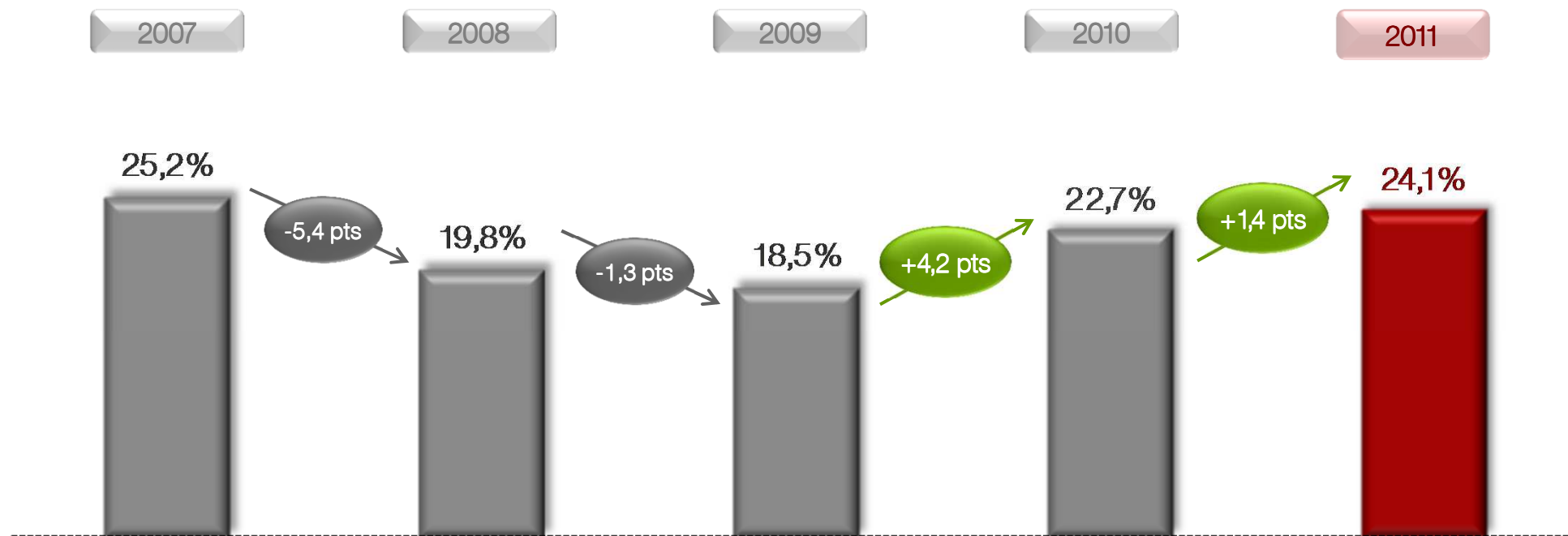


Au global, l'activité de télévision a retrouvé les niveaux de rentabilité de 2007



Une marge opérationnelle courante de 24,1 % en progression de 1,4 pts

Activité Télévision (Toutes chaînes confondues)



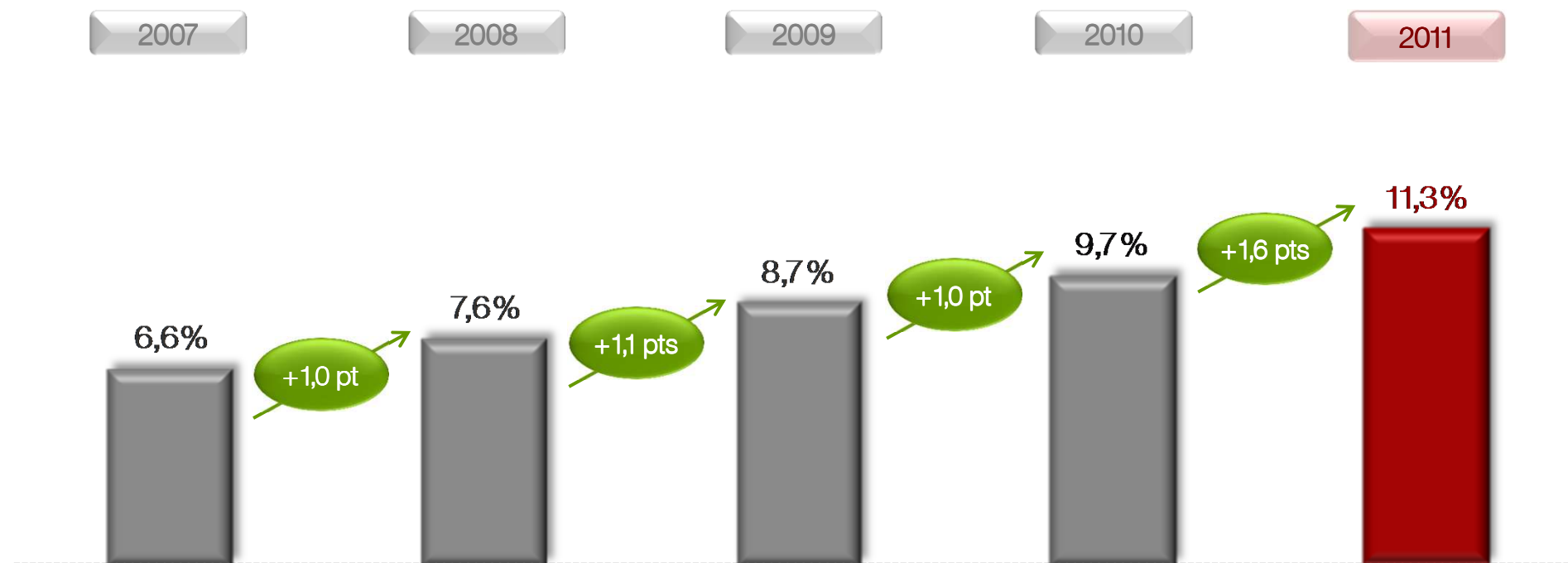


3.DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

Une Marge opérationnelle courante de 11,3% en progression de 1,6 pts

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

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

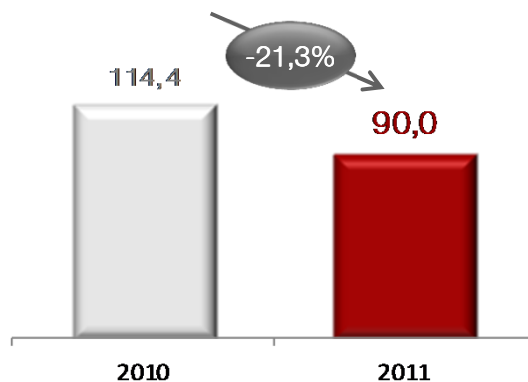


Droits Audiovisuels : Un line-up plus réduit mais des marges en progression

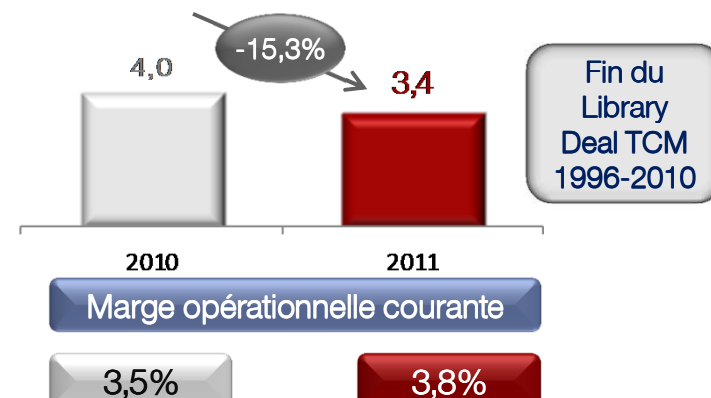


GROUPE

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

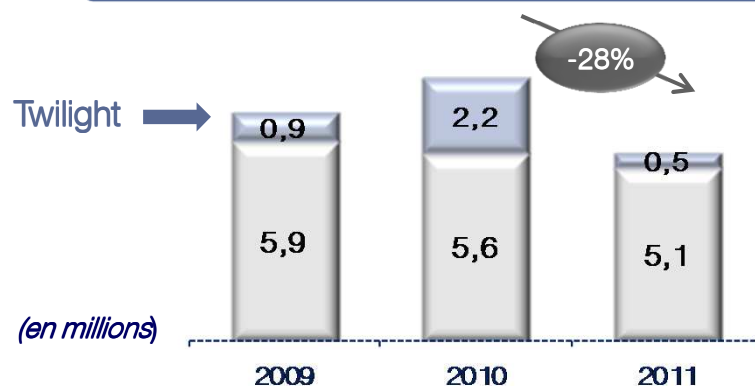


EBITA (M€)

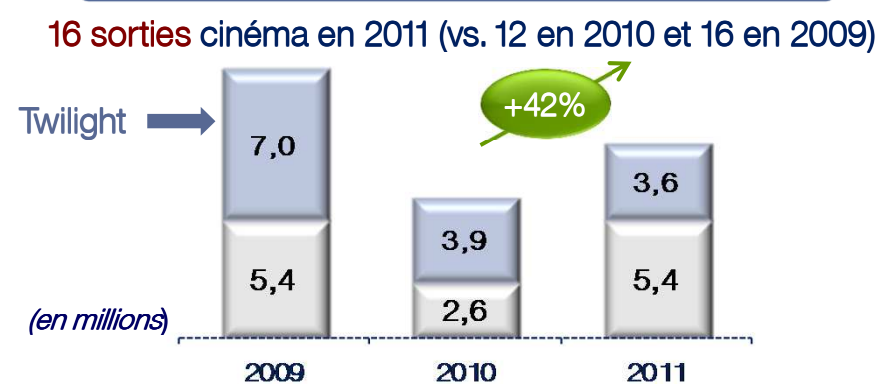


ELEMENTS CLES

Diminution du nombre de Vidéos vendues



Hausse des entrées en salle

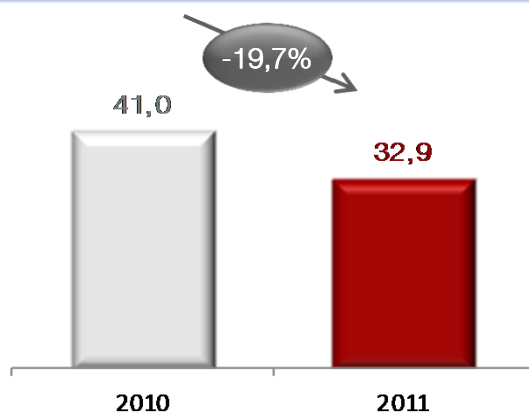




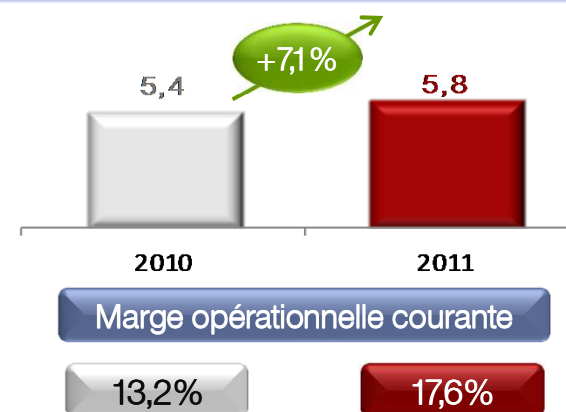
Rationalisation de l'activité et recentrage vers les licences



CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



ELEMENTS CLES

Presse -Edition /
Collections

Arrêt progressif
des activités

MUSIQUE

Succès de l'activité



Nolwen
Leroy

=> 2^{ème} album le
+ vendu en 2011

SPECTACLES

Réussite des partenariats



LICENCES

Poursuite du
développement de

MOZAIC | 6

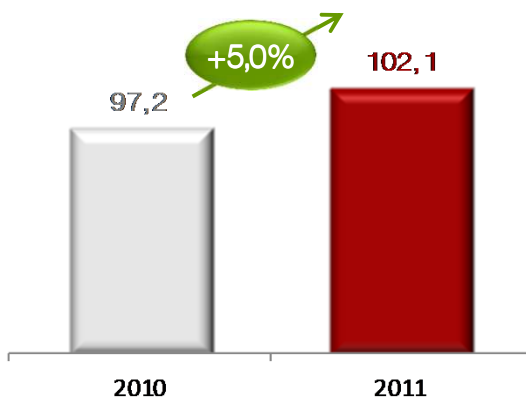
724 000
souscriptions depuis
le lancement



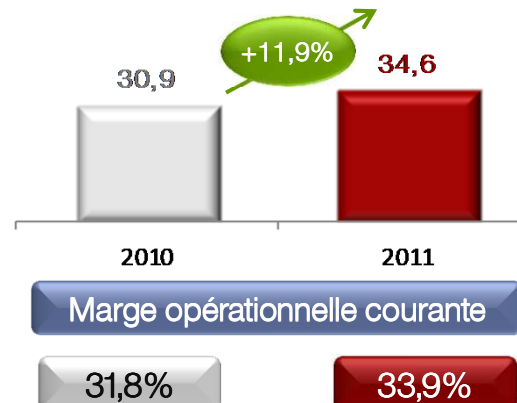
Poursuite du développement des activités Internet et mobile



CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



ELEMENTS CLES



2,1 M de clients

en hausse de
+4% par rapport
à 2010

INTERNET



11,2 M de visiteurs uniques
par mois en 2011

> 30 M de vidéos vues
chaque mois

Jeux et services Web

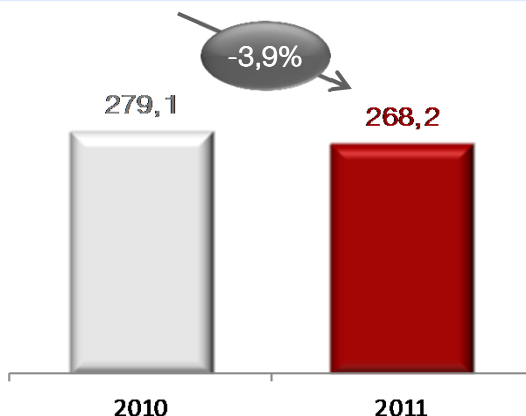
➤ Succès des jeux et services



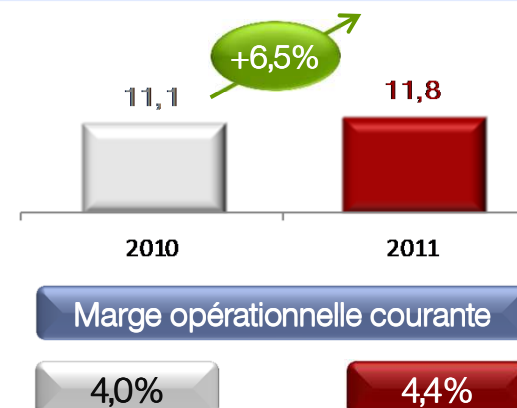
➤ Développements de nouveaux
partenariats



CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



Marge opérationnelle courante

4,0%

4,4%

ELEMENTS CLES



Résistance de la
plateforme e-commerce
dans un contexte
concurrentiel renforcé



Progression des
marges



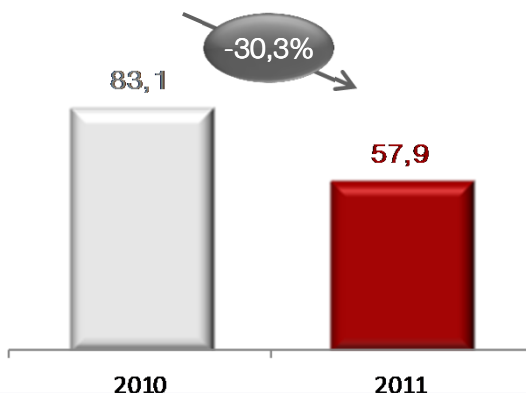
Succès de monAlbumPhoto.fr :
CA : +148 % depuis le rachat



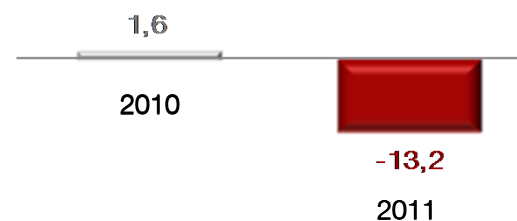
Des performances sportives décevantes



CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



Des performances sportives contrastées ...

	2009/2010	2010/2011	2011/2012
	6ème	7ème	10ème au 31/12/2011
	Qualification en 1/4 de finale	Non qualifié	Non qualifié

... Mais des atouts long-terme

- Une valorisation prudente des joueurs (*actifs incorporels*)
- Un centre de formation performant
- Un nouveau stade pour **avril 2015**



4.PERSPECTIVES



Appel d'offres
Chaînes TNT
CSA

Incertitudes
Marché
publicitaire &
consommation

Poursuite de la stratégie TV:

Renforcement des grilles



Gains de parts de marché publicitaire

Profitabilité et croissance des Diversifications



5.COMPTES

Etat du résultat global consolidé simplifié au 31 décembre 2011

ETAT DU RESULTAT GLOBAL CONSOLIDE EN M€	31/12/2010	31/12/2011
Chiffre d'affaires	1 462,0	1 421,3
Autres produits opérationnels	17,4	16,4
Total des produits opérationnels	1 479,4	1 437,7
Consommations et autres charges opérationnelles	(816,9)	(793,5)
Charges de personnel (yc participation)	(252,7)	(249,4)
Impôts, taxes versements assimilés	(62,5)	(61,7)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(105,1)	(88,1)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	242,2	245,0
Plus-value sur cessions d'immobilisations	1,5	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1,3)	(3,4)
Résultat opérationnel [EBIT]	242,4	241,6
Résultat financier	2,8	3,0
Part du résultat dans les sociétés associées	0,6	(0,1)
Résultat courant avant impôt	245,7	244,6
Impôt sur le résultat	(88,7)	(94,9)
Résultat net des activités poursuivies	157,0	149,7
Résultat de la période	157,0	149,7

Bilan simplifié au 31 décembre 2011



En M€	31 décembre 2010	31 décembre 2011	Variation 2011/ 2010 (M€)
Goodwill	76,2	74,8	(1,4)
Actif non courant	288,5	304,6	16,1
Actif courant	619,7	667,2	47,5
Trésorerie	376,9	328,6	(48,3)
TOTAL ACTIF	1 361,3	1 375,2	13,9
Capitaux propres part du groupe	681,8	693,7	11,9
Intérêts non-contrôlants	-	0,1	0,1
Passif non courant	16,8	18,8	2,0
Passif courant	662,7	662,6	(0,1)
TOTAL PASSIF	1 361,3	1 375,2	13,9

Tableau de flux de trésorerie au 31 décembre 2011

	31 décembre 2010	31 décembre 2011	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	357,7	335,7	(22,0)
Variation de BFR d'exploitation	52,6	(32,9)	(85,5)
Impôt	(90,7)	(114,7)	(24,0)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	319,5	188,1	(131,4)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(109,0)	(73,9)	35,1
Flux de trésorerie des activités de financement	(303,4)	(162,6)	140,8
Produit de cession Canal + France	384,2	-	(384,2)
Effets des écarts de conversion de trésorerie	-	0,1	0,1
Variation globale de trésorerie	291,3	(48,3)	
Trésorerie à l'ouverture	85,6	376,9	291,3
Trésorerie à la clôture	376,9	328,6	(48,3)
Trésorerie nette de clôture	377,5	329,4	(48,1)

Ratios financiers au 31 décembre 2011



En M€ sauf données en %

2009

2010

2011

Profitabilité / Cash-Flows

	2009	2010	2011
FCF hors investissements de croissance	219,7	306,1	236,6
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	13,8%	16,6%	17,2%
Cash Conversion Ratio ajusté	115,5%	126,4%	96,6%
Marge Nette (Res. Net / CA)	10,1%	10,7%	10,5%
Marge Nette hors réévaluation des titres C+ France	8,6%	10,7%	10,5%

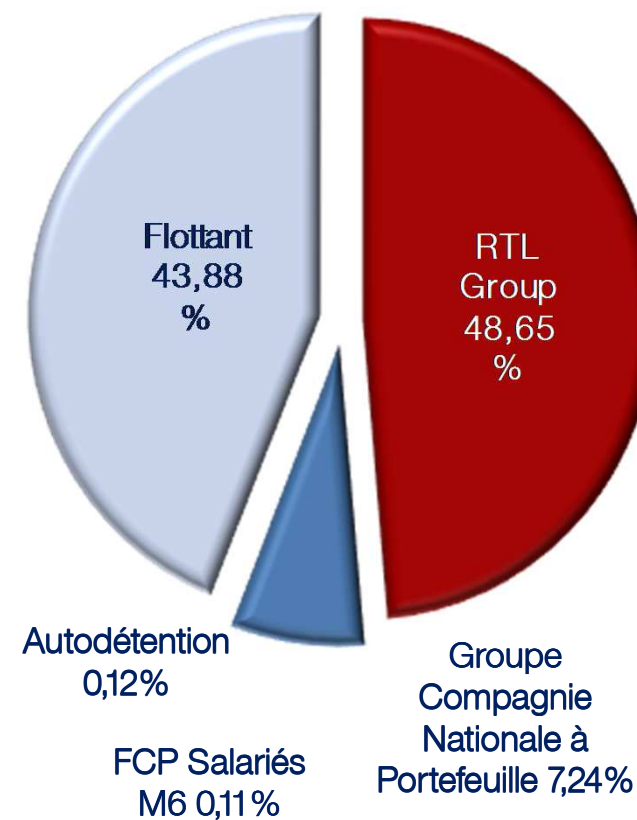
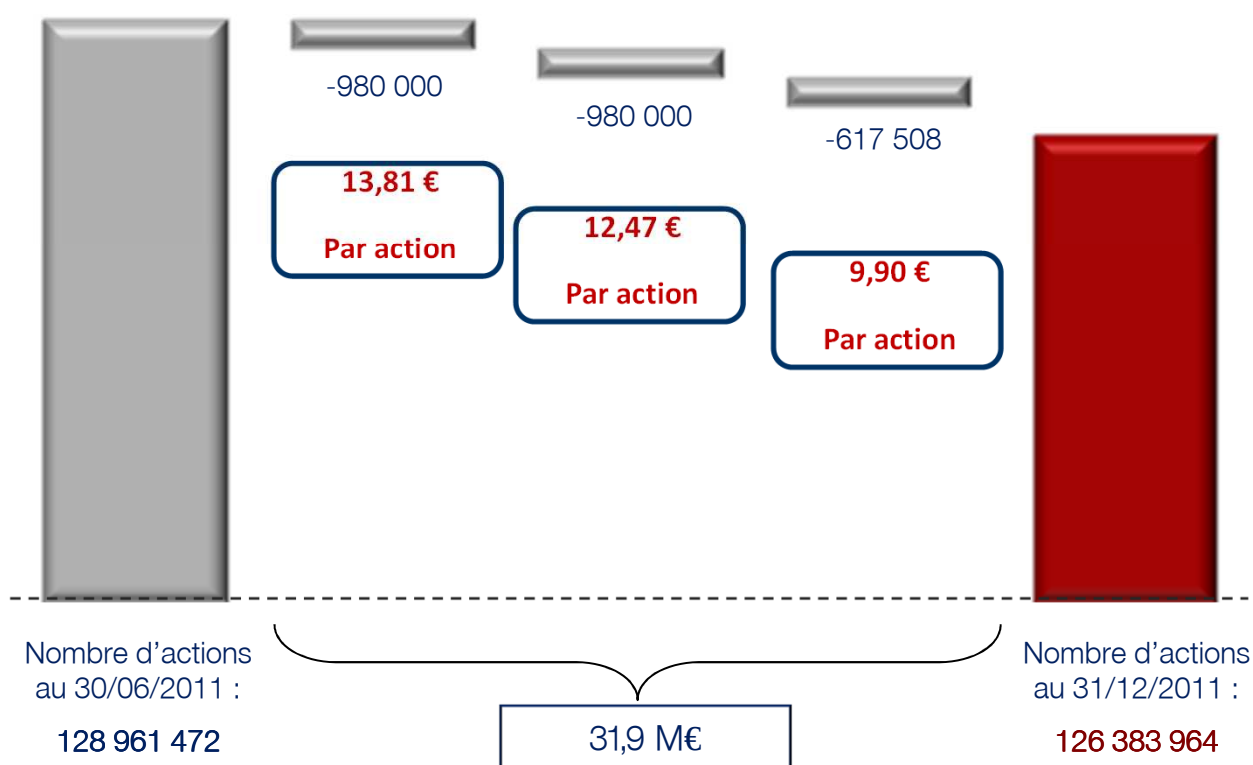
Bilan

Programme de rachat d'actions



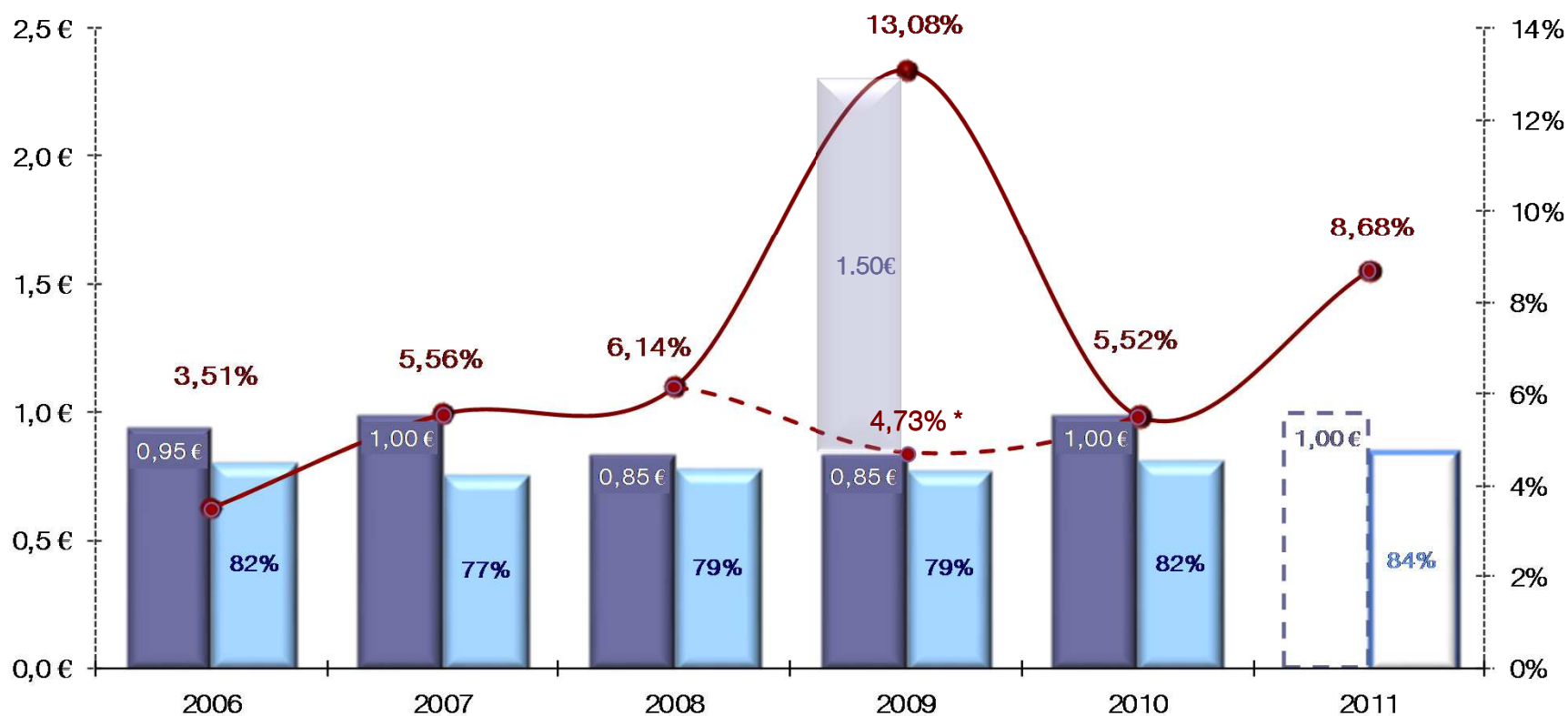
Variation du Capital

Actionnariat au 31/12/2011



Source : Enquête Euroclear des titres au porteur et registre des titres au nominatif

Maintien d'un taux de distribution d'environ 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



6.ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé



<i>En M€</i>	31/12/2011	31/12/2010	Variation 2011 / En M€ En %	
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	675,9	670,2	5,8	+0,9%
Chiffre d'affaires - autres activités	9,4	7,7	1,7	+21,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	175,7	162,7	13,0	+8,0%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	184,6	168,9	15,7	+9,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	34,3	29,2	5,2	+17,8%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	551,1	614,9	(63,8)	-10,4%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	42,4	52,9	(10,6)	-19,9%
Autre chiffre d'affaires	0,3	0,3	(0,0)	-10,4%
Eliminations et résultats non affectés	(7,4)	(2,6)	(4,8)	185,6%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	1 421,3	1 462,0	(40,7)	-2,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	245,0	242,2	2,9	+1,2%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(3,4)	(1,3)	(2,1)	
Résultat de cession de filiales et participations	0,0	1,5	(1,5)	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	241,6	242,4	(0,7)	-0,3%
Résultat financier	3,0	2,8	0,3	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	-	-	-	
Part dans les sociétés mises en équivalence	(0,1)	0,6	(0,6)	
Résultat "courant" (EBT)	244,6	245,7	(1,1)	-0,5%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(94,9)	(88,7)	(6,1)	
Résultat net des activités poursuivies	149,7	157,0	(7,3)	-4,6%
Résultat net des activités abandonnées	-	-	-	
Résultat net de la période	149,7	157,0	(7,3)	-4,6%
Attribuable aux intérêts minoritaires	(0,0)	0,1	(0,2)	
Résultat de la période attribuable au Groupe	149,6	157,1	(7,4)	

Détail des contributions du segment – Antenne M6



	31/12/2011			31/12/2010			variation 2011/2010		
<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 *	765,6	679,6	173,3	754,3	671,7	160,4	11,4	7,9	12,9
Filiales de production audiovisuelle et cinématographique	101,0	5,7	2,3	106,8	6,2	2,2	(5,8)	(0,5)	0,1
Eliminations intra-segment	(142,2)	-	-	(147,1)	-	-	4,9	-	-
Total Antenne M6	724,4	685,3	175,7	714,0	677,9	162,7	10,4	7,4	13,0

* y.c. M6 Publicité (Régie)

Présentation analytique des contributions du segment – Antenne M6



<i>En M€</i>	31/12/2011	31/12/2010	31/12/2009	Variation 2011 / 2010	
				En M€	En %
Recettes Publicitaires	686,3	678,4	614,9	7,9	1,2%
Coût de la régie - quote-part M6, taxes et droits d'auteurs, coût de diffusion	(121,3)	(129,9)	(130,1)	10,0	-7,7%
Recettes nettes diffuseurs	565,0	548,5	484,8	17,8	3,2%
Coût de la grille	(333,9)	(319,8)	(303,5)	(14,1)	+4,4%
Marge Brute de la grille	231,1	228,7	181,3	3,7	1,6%
En %	40,9%	41,7%	37,4%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(69,6)	(79,0)	(69,2)	9,4	-11,9%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	11,9	10,8	9,4		+10,3%
				1,1	
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	2,3	2,2	(3,6)	0,1	4,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	175,7	162,7	117,9	13,0	8,0%

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

<i>En M€</i>	31/12/2011			31/12/2010			variation 2011/2010		
	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	187,7	184,6	34,3	171,5	168,9	29,2	16,1	15,7	5,2

<i>En M€</i>	31/12/2011			31/12/2010			variation 2011/2010		
	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	120,4	90,0	3,4	135,4	114,4	4,0	(15,0)	(24,4)	(0,6)
Pôle Interactions	37,4	32,9	5,8	46,5	41,0	5,4	(9,1)	(8,1)	0,4
Pôle Ventadis	276,0	268,2	11,8	287,4	279,1	11,1	(11,3)	(11,0)	0,7
Pôle M6 Web	105,1	102,1	34,6	103,3	97,2	30,9	1,9	4,9	3,7
FCGB	58,3	57,9	(13,2)	83,7	83,1	1,6	(25,3)	(25,2)	(14,7)
Eliminations intra-segment	(16,8)	-	-	(17,5)	-	-	0,7	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	580,4	551,1	42,4	638,7	614,9	52,9	(58,2)	(63,8)	(10,6)



GROUPE

QUESTIONS & RÉPONSES
