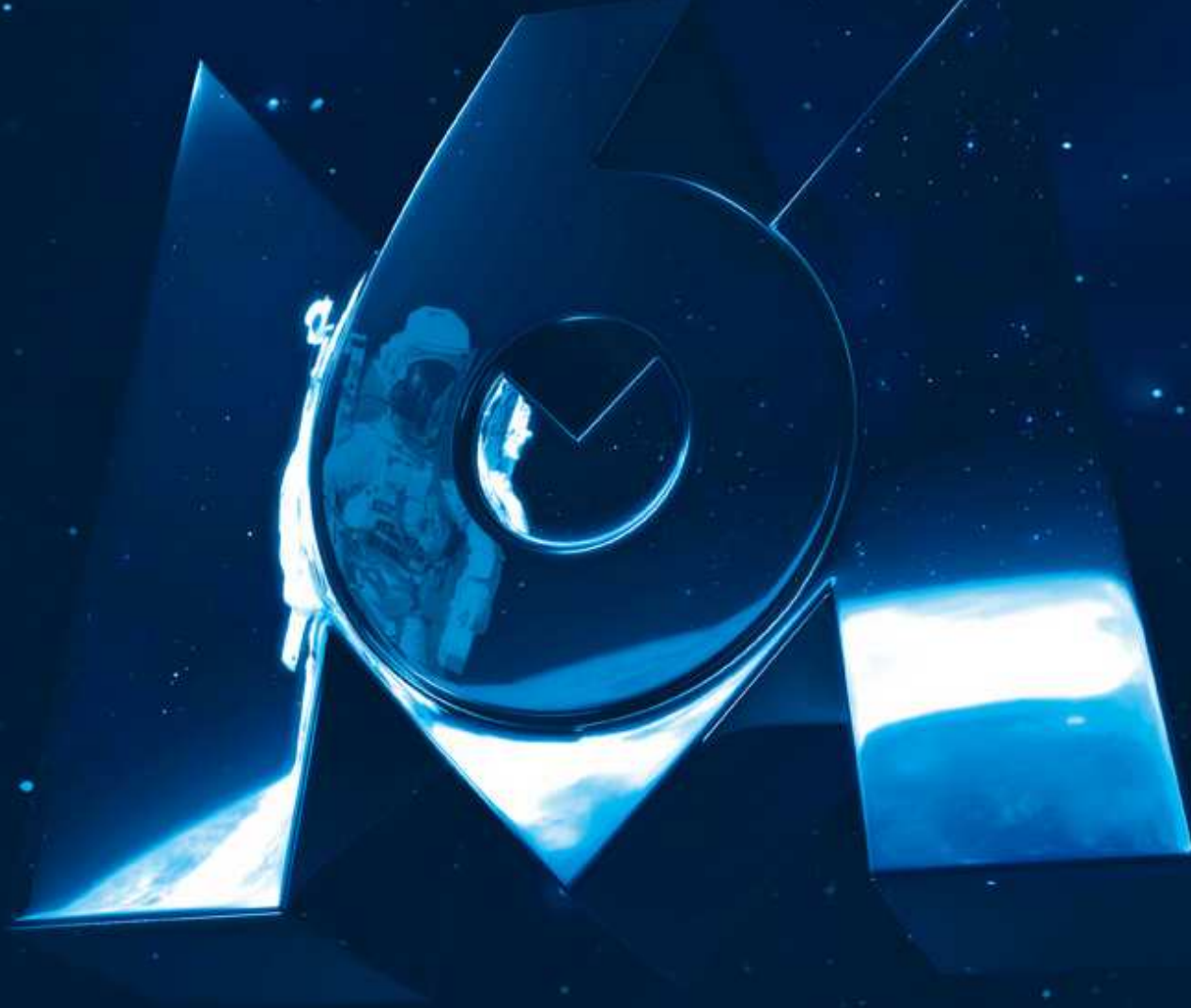


Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007



Groupe M6

24 Juillet 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.



✓ Introduction

✓ Antenne M6

✓ Chaînes numériques

✓ Diversifications et droits audiovisuels

✓ États financiers

✓ Annexes

Faits marquants du 1er semestre 2007



Antenne M6

Audiences

Meilleur niveau
historique au S1

3.6 millions

de téléspectateurs en
moyenne en Prime Time
(+ 100 000)

79

Prime Time
supérieurs à 4 millions de
téléspectateurs

(+14)

Performance publicitaire

+3.9%

de croissance des
recettes publicitaires
nettes vs. S1 2006

24.8%

de Part de Marché
(données brutes)

+ 1.1 point

Plus haut niveau
historique pour un
1^{er} semestre

Coût de grille

146.5 M€

-9.8% vs. S1 2006
+ 8.2 % vs. S1 2006 retraité de l'impact
FWC

Télévision numérique



3.9%

de part d'audience 4
+ en Juin 2007



**Chaîne leader de
la TNT**

+ 60%

Croissance des recettes publicitaires nettes
(toutes chaînes)

Diversifications et droits audiovisuels



Succès commercial avec

1 million de clients

attendus fin Juillet 2007



133.0 M€

chiffre d'affaires du pôle
« Vente à distance »

+ 22.1%



6^{ème} de Ligue 1

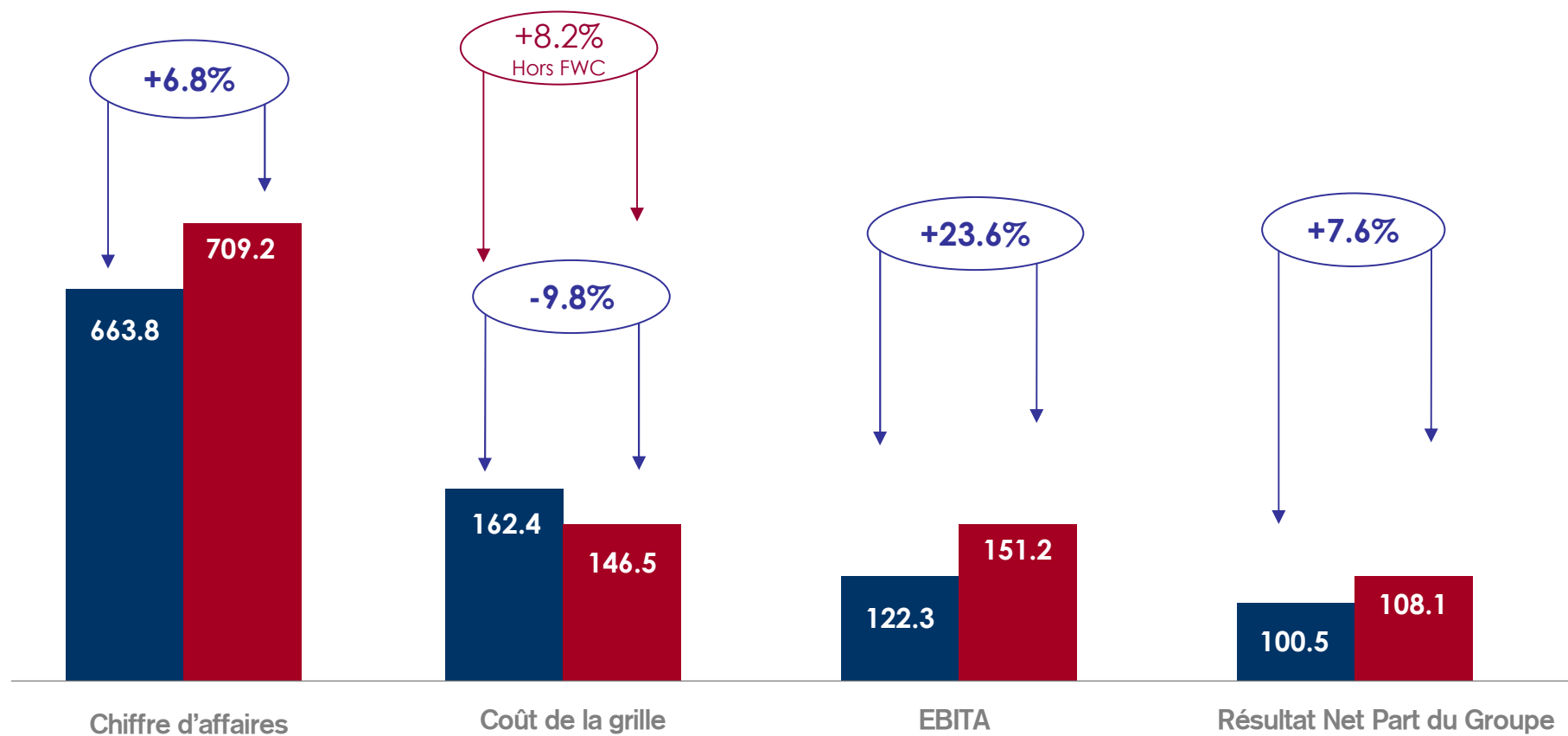


M6 Web

Développement de new biz



M€

1^{er} semestre 20061^{er} semestre 2007

Contributions par segment



M€

	Chiffre d'Affaires		EBITA	
	30 Juin 2006	30 Juin 2007	30 Juin 2006	30 Juin 2007
Antenne M6	354.9	367.6	+100.6	+126.6
Télévision numérique	36.1	49.3	+0.5	+4.4
Diversifications et droits audiovisuels	272.8	292.3	+25.1	+25.1
Eliminations et résultats non affectés	-	-	-3.8	-4.8
Total	663.8	709.2	+122.3	+151.2



M€

	30 Juin 2006	30 Juin 2007	Variation (M€)
Marge opérationnelle (EBITA / CA)	18.4%	21.5%	
Marge nette (résultat net PdG / CA)	15.1%	15.2%	
Trésorerie brute	269.9	62.8	-207.1
Trésorerie nette d'endettement	218.8	63.0	-155.8
Variation globale de trésorerie brute*	- 24.7	- 135.4	-110.7
Capacité d'autofinancement avant impôt	174.8	197.6	+22.8
Free cash flow (avant impôt)**	135.4	43.9	-91.5
EBITA	122.3	151.2	+28.9
Cash conversion ratio (FCF/EBITA)	110.7%	29.0%	

* Retraité de l'avance Vivendi et de son remboursement

** Détail des investissements nets : Acquisition d'actifs incorporels 30 M€, acquisition d'actifs corporels 40.5 M€, acquisition d'actifs financiers et assimilés 24.5 M€

Sommaire



✓ Introduction

✓ **Antenne M6**

- Audiences

- Publicité

✓ Chaînes numériques

✓ Diversifications et droits audiovisuels

✓ États financiers

✓ Annexes

Audiences



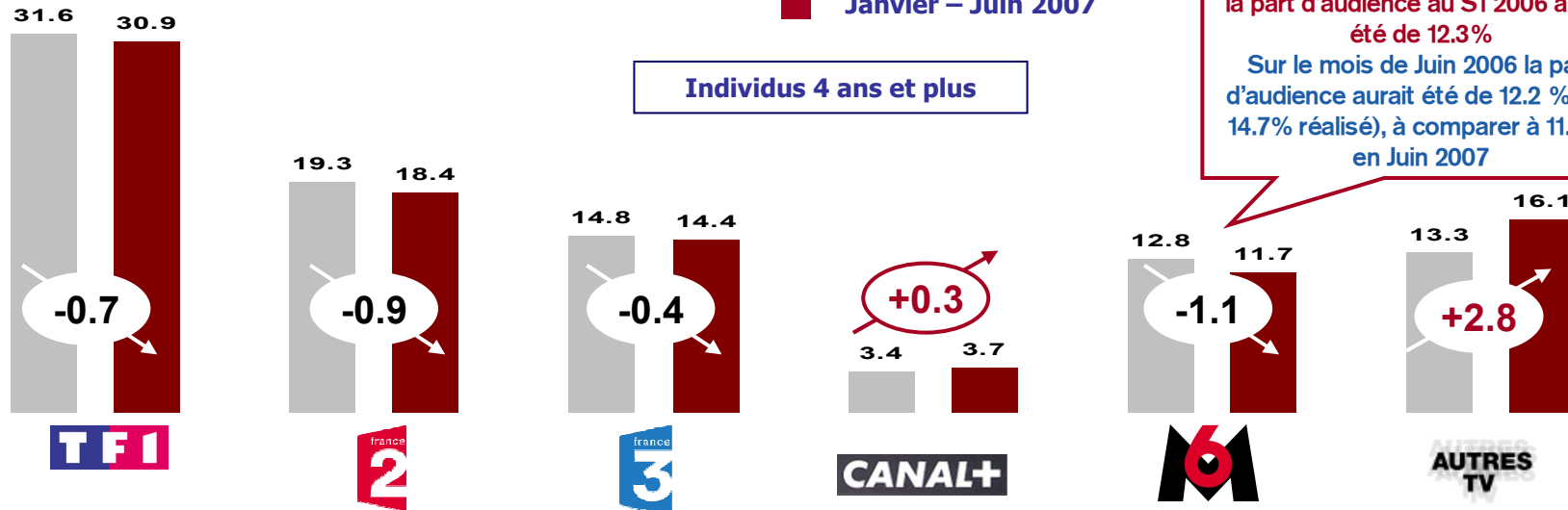
Une évolution journée entière qui masque des situations différenciées et un fort effet de base



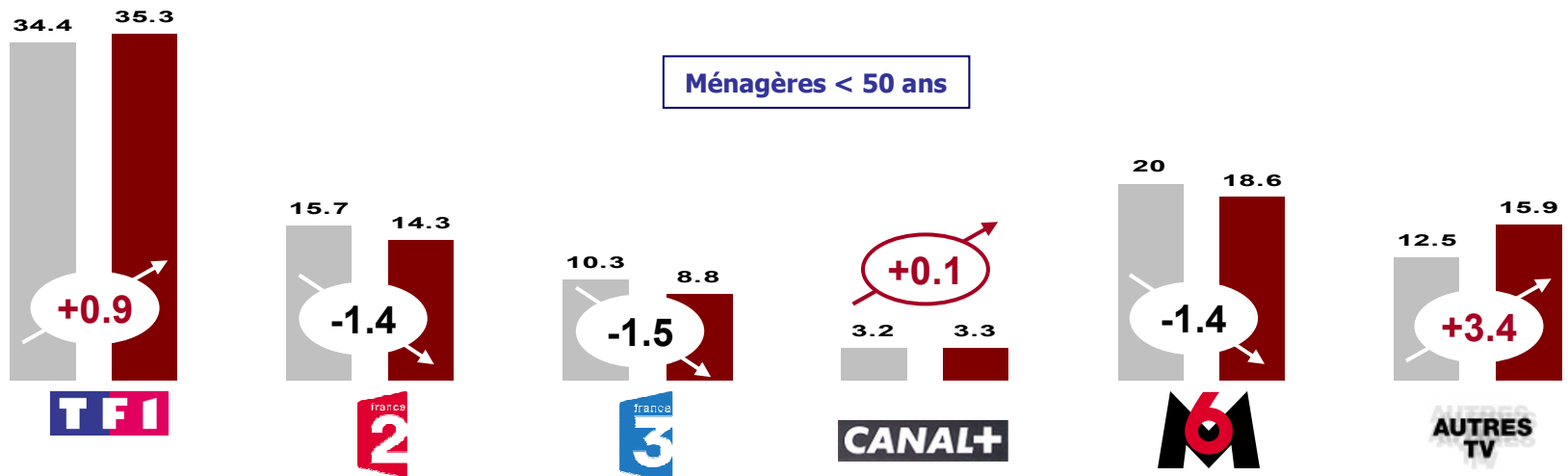
Part d'audience cumulée Janvier – Juin

Janvier – Juin 2006
Janvier – Juin 2007

Individus 4 ans et plus

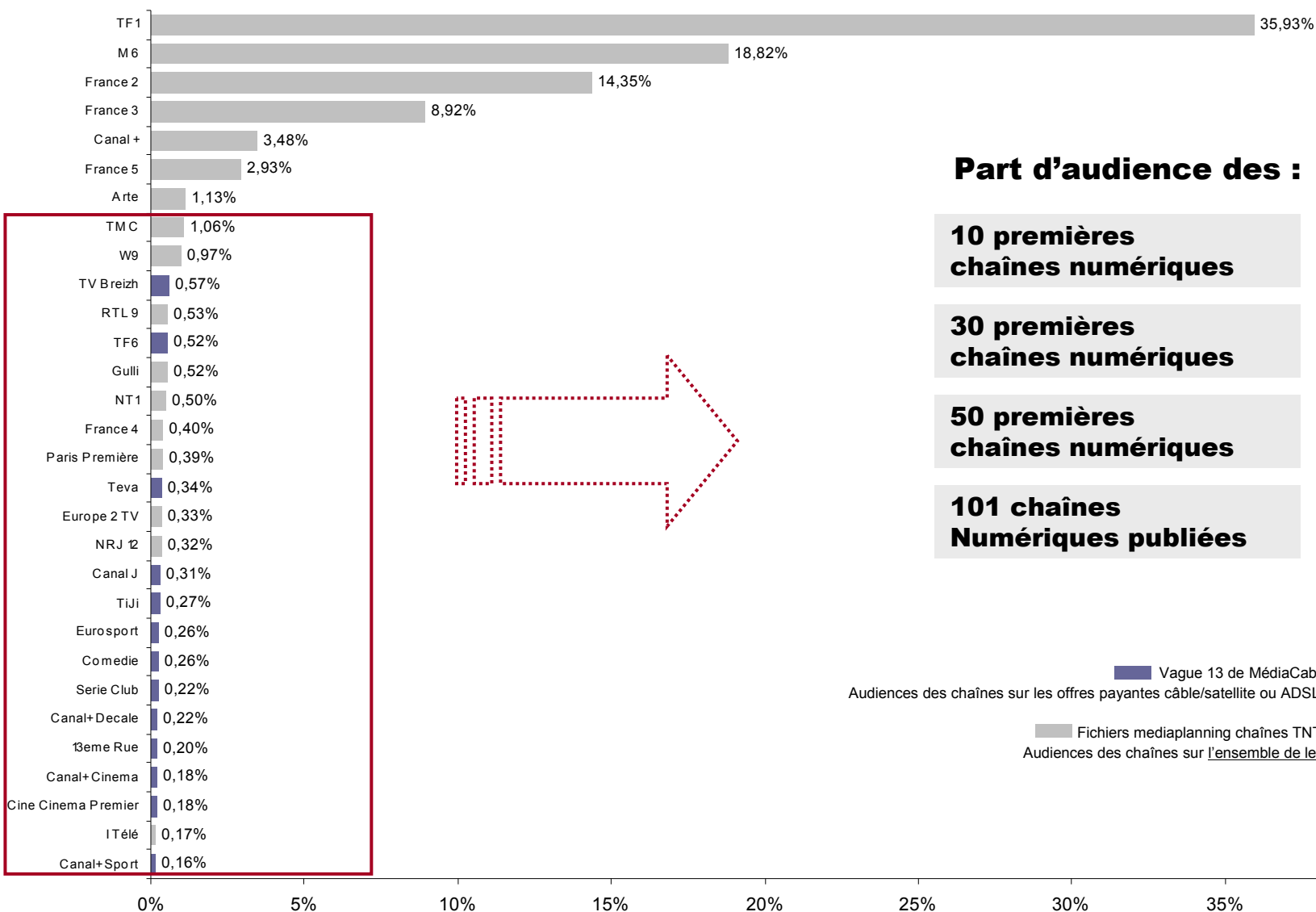


Ménagères < 50 ans



Un poste Autres TV très fragmenté

Ménagères de moins de 50 ans



Part d'audience des :

10 premières chaînes numériques **5,80%**

30 premières chaînes numériques **9,82%**

50 premières chaînes numériques **11,47%**

101 chaînes Numériques publiées **12,55%**

Sources :

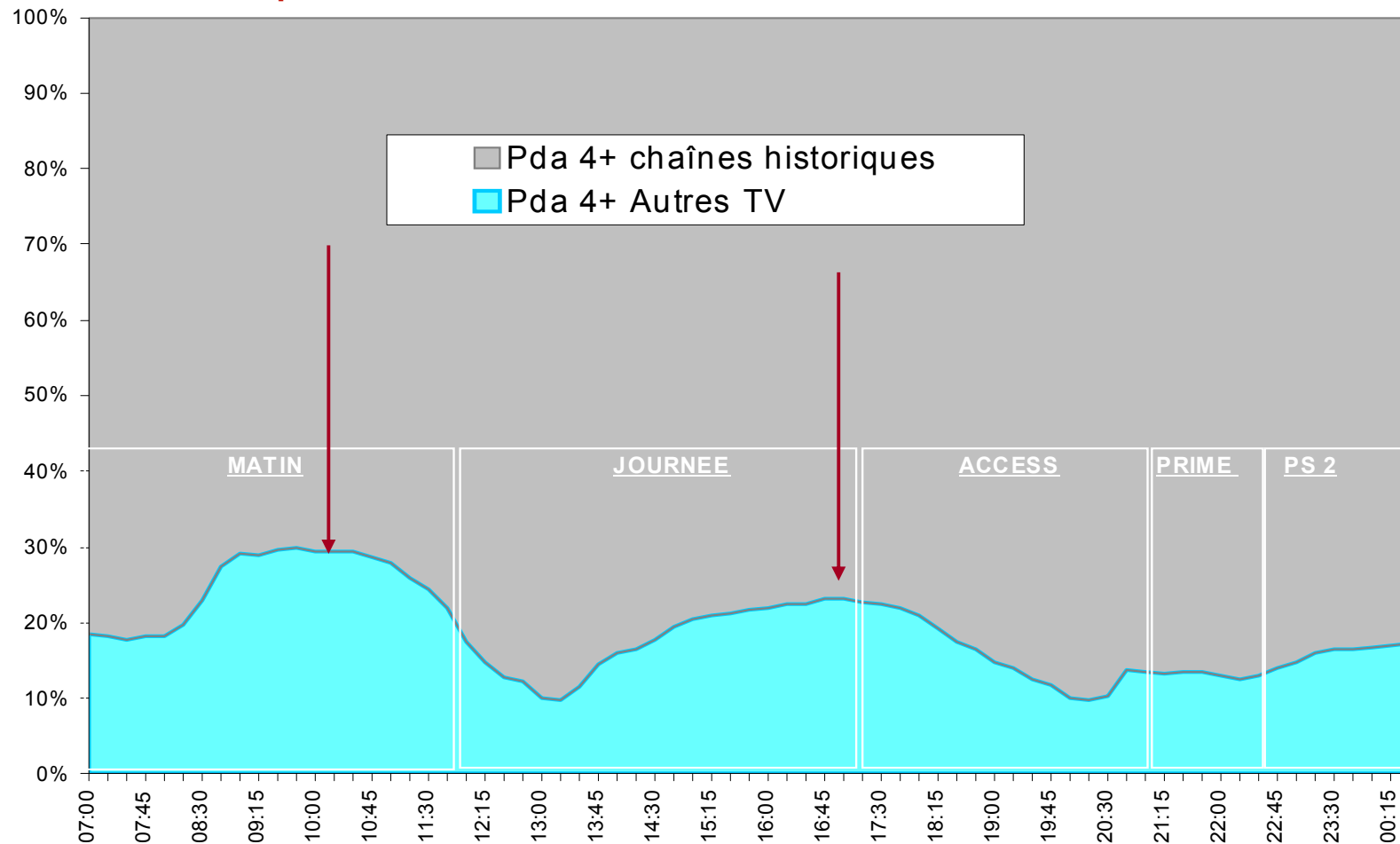
Vague 13 de MédiaCabSat / Janvier - juin 2007
Audiences des chaînes sur les offres payantes câble/satellite ou ADSL de plus de 15 chaînes

Fichiers mediaplaning chaînes TNT / Janvier - mars 2007
Audiences des chaînes sur l'ensemble de leurs univers de diffusion

Comparaison de la consommation TV : Chaînes historiques vs. Autres TV



- L'attractivité des Autres TV est plus élevée dans les tranches horaires où l'écoute se fait majoritairement de manière individuelle
- Les chaînes historiques fédèrent aux heures de forte écoute (consommation collective)



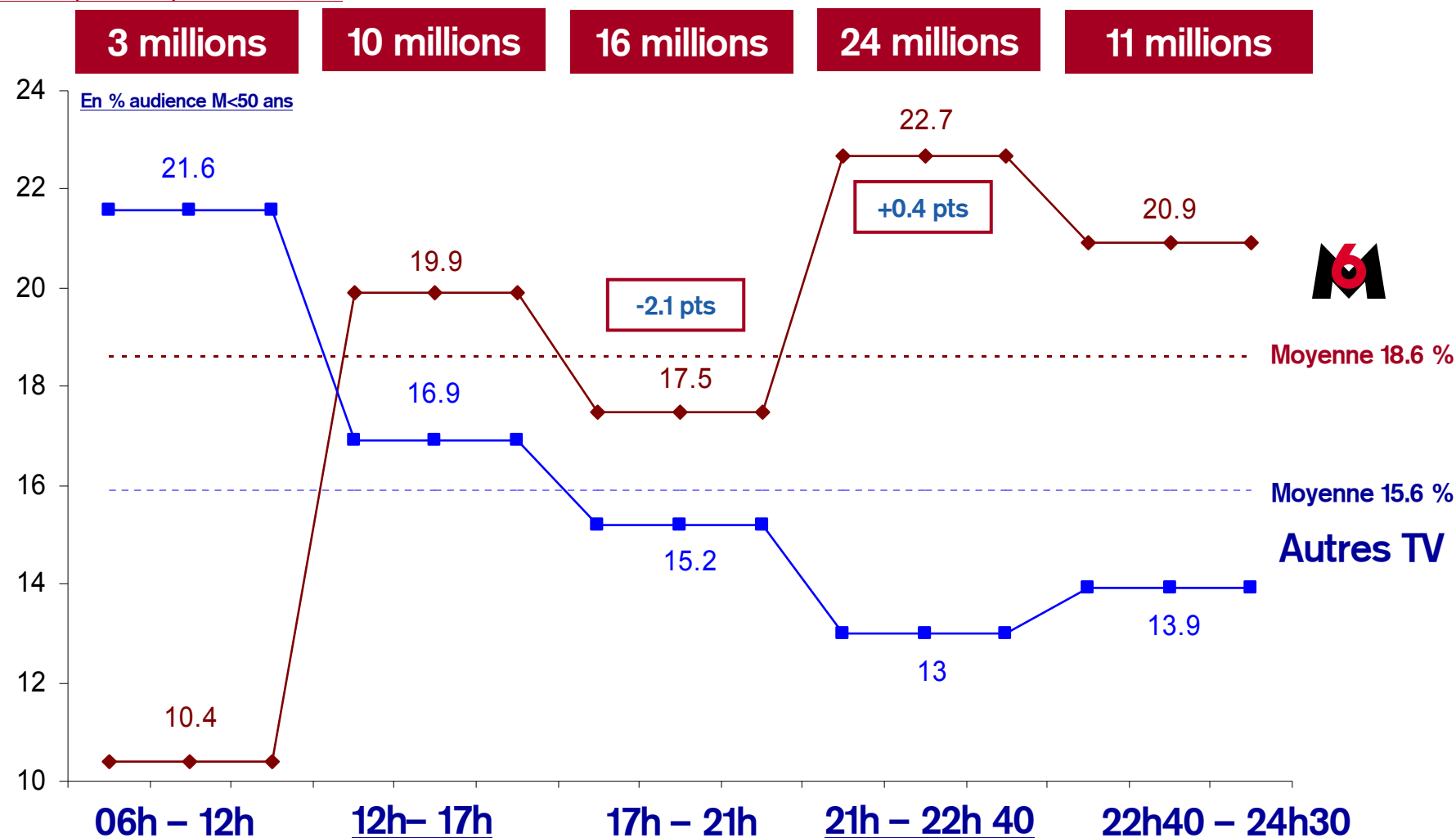
Source: Médiamat Médiamétrie: 1er semestre 2007

M6 renforce sa puissance sur les créneaux horaires stratégiques

1^{er} semestre 2007 vs. 1^{er} semestre 2006



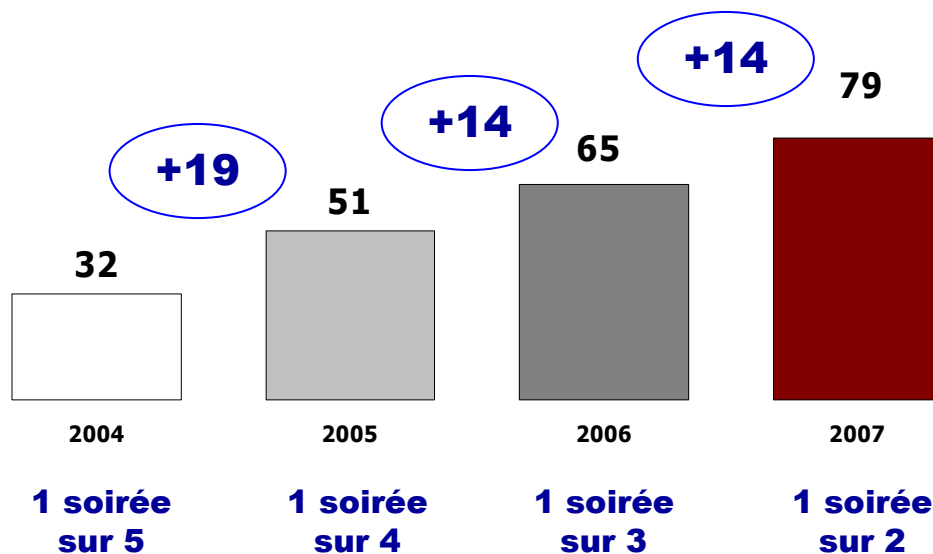
Millions de téléspectateurs par tranche horaires



Des soirées toujours plus puissantes

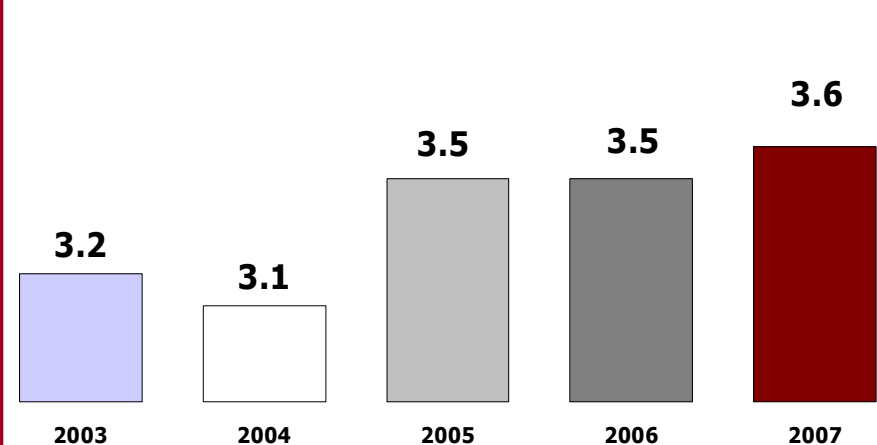


Audience > 4.0 millions de téléspectateurs en
prime time 1er semestre (S1 – S26)



Sur le 1er semestre 2007 :
**1 soirée sur 2 > 4.0 millions de
téléspectateurs**

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



Sur le 1er semestre 2007 :
**Record d'audience historique
en prime time**

Des succès dans tous les genres en soirée



Information

4.3 millions
en moyenne



Saison
2006/07

4.1 millions
en moyenne



Saison
2006/07

1.9 millions
en moyenne



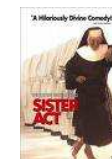
Saison
2006/07

1.3 millions
en moyenne



Saison
2006/07

Fiction



Divertissement

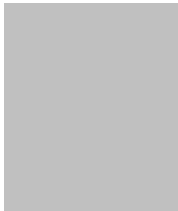


En journée, des réservoirs de croissance subsistent

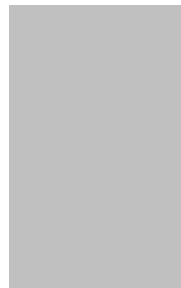


Un succès, l'access Prime Time du dimanche

2.2 millions
en moyenne



3.2 millions
en moyenne



Des réservoirs de croissance à exploiter



**L'Access Prime Time
en semaine**

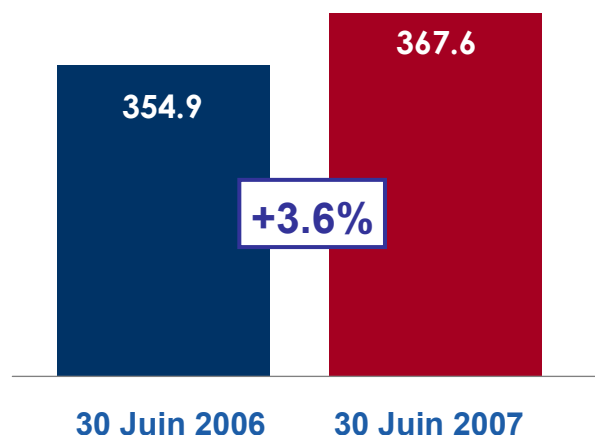


L'heure du déjeuner

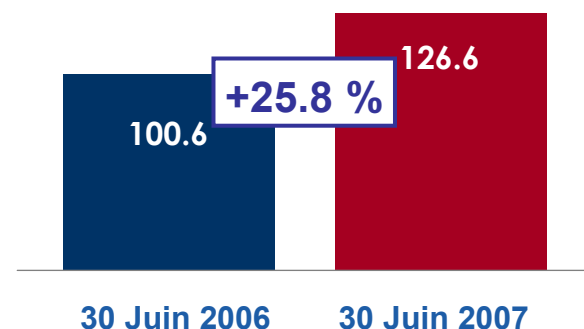
L'Antenne M6 : un fort levier opérationnel



Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



- Une stratégie gagnante en Prime Time
- Une augmentation du CA publicitaire de +3.9% en dépit d'un T2 stable (effet de base défavorable)
 - ✓ Ouverture du marché publicitaire à la distribution depuis le 1er janvier
 - ✓ Bonne performance des secteurs de grande consommation
 - ✓ Déclin des secteurs Telecom et de l'Édition
 - ✓ Dynamisme du secteur bancaire et de l'assurance

- EBITA en progression de +25.8%
 - ✓ Marge opérationnelle : 34.4% vs. 28.3%
- Coûts des programmes
 - ✓ En baisse de -9.8%
 - ✓ En hausse de +8.2% (S1 2006 hors effet FWC)

Structure du coût de la grille



M€

	30 Juin 2006	30 Juin 2007	% variation 2006/07
Recettes nettes diffuseur*	294.9	305.5	+ 3.6%
<u>Coût de grille</u>			
Informations et décrochages	8.0	7.3	-8.8%
Sport	31.3	5.0	-84.0%
Magazines et Divertissements	63.7	74.3	+16.6%
Fiction	59.4	59.8	+0.7%
Total coût de grille	162.4	146.5	-9.8%
Marge brute de la grille	132.5	159.1	+ 20.1%
Marge brute de la grille en %	44.9%	52.1%	

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

Marché publicitaire



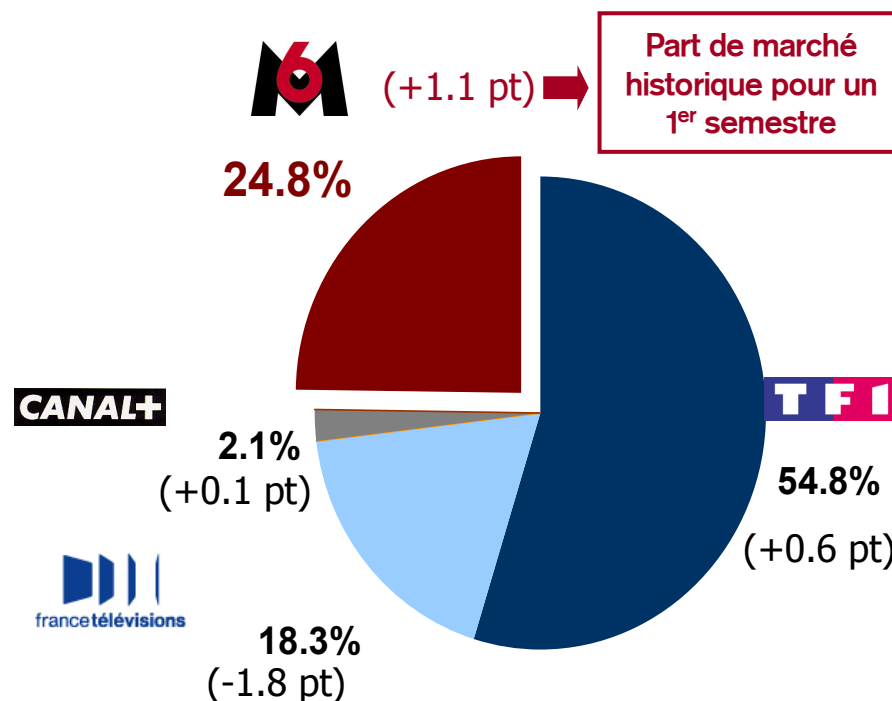
Une progression de 5.3% des investissements publicitaires de M6 dans un marché TTV stable

en données brutes : janv.-juin 2007 vs janv.-juin 2006

Le marché publicitaire TV hertziennes
est stable : +0.7% à 2 819M€
en janv.-juin 2007 vs janv.-juin 2006

Parts de marché publicitaire TV
et évolution
Janv.-juin 2007 vs janv.-juin 2006

	Investissements janv.-juin 2007	Evolution janv.-juin 2007 vs janv.-juin 2006
TF1	1545.5 M€	+2.0%
francetélévisions	515.9 M€	-8.4%
CANAL+	59.0 M€	+4.2%
M6	698.7 M€	+5.3%



Source : TNS Media Intelligence

Chiffre d'affaires brut pour les TV nationales hertziennes analogiques

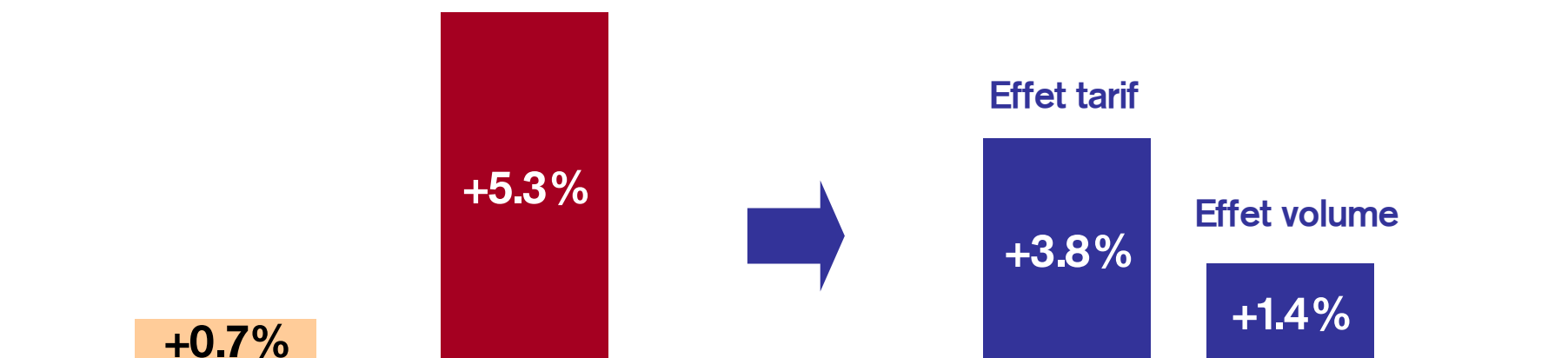
La croissance du Chiffre d'Affaires brut est tirée principalement par la hausse du tarif

en données brutes : janv.-juin 2007 vs janv.-juin 2006

Le tarif moyen de M6 en hausse de 3.8%

Evol. CA Brut TTV

Evol. CA Brut M6



M6 affiche une progression d'audience de ses écrans de +5.3% sur la journée entière sur les ICSP +25-49 ans



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

=

TF1

+ 5.3%



- 5.9%



-15.4%



+20.0%

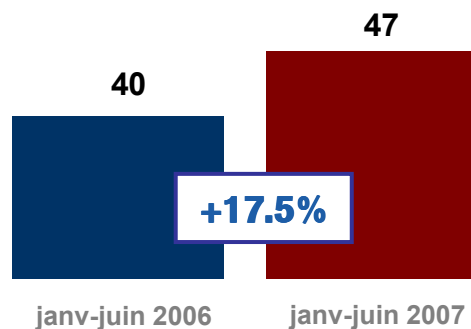
CANAL+

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

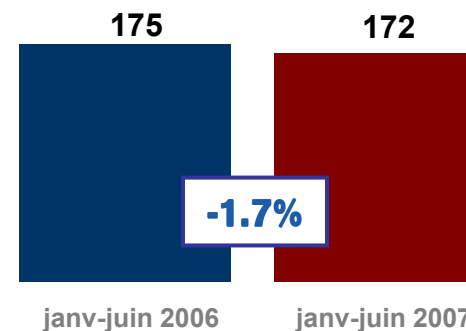
La puissance progresse significativement sur l'ensemble de la journée
sur les Individus CSP+ 25-49 ans et reste stable sur les ménagères < 50 ans



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



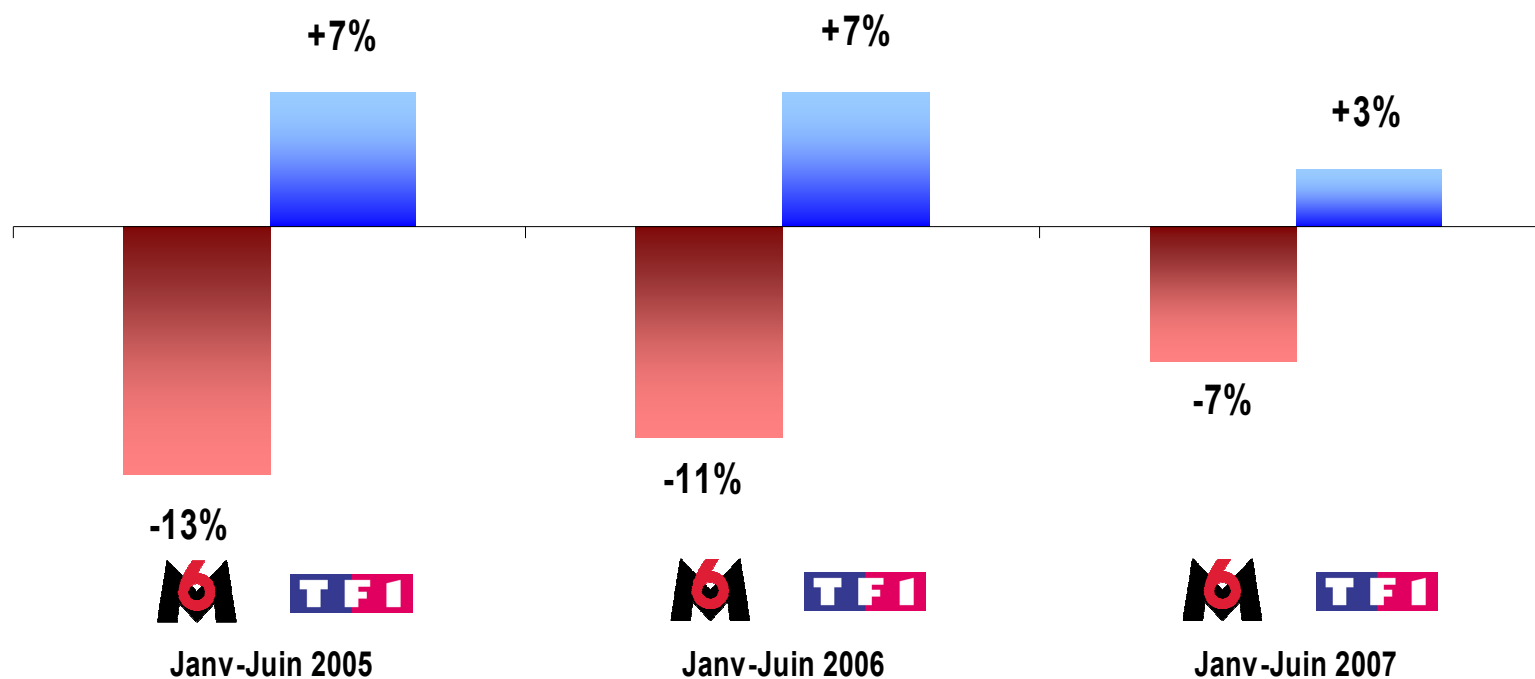
Nombre d'écrans > à 10 GRP
sur les ménagères < 50 ans



Un écart de prix qui se ressert en restant favorable à la croissance



Ecart* coût GRP ménagères < 50 ans vs moyenne TV

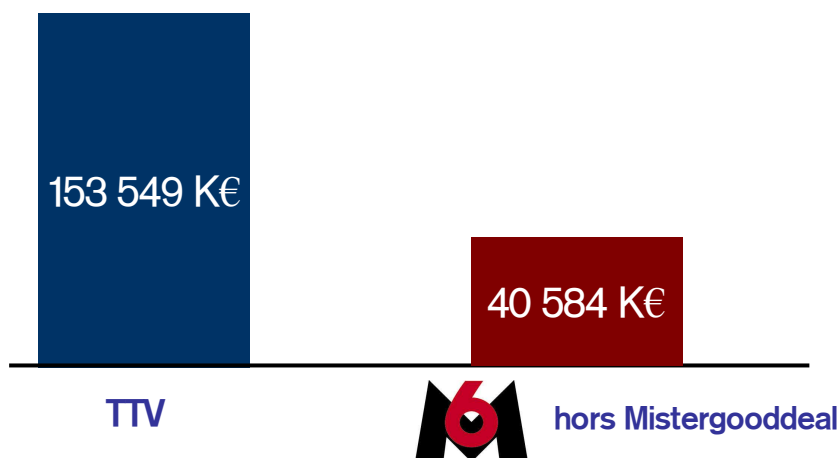


L'arrivée de la distribution sur les chaînes hertziennes

du 1er janvier au 30 juin 2007

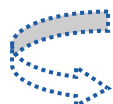


Investissements bruts du secteur distribution



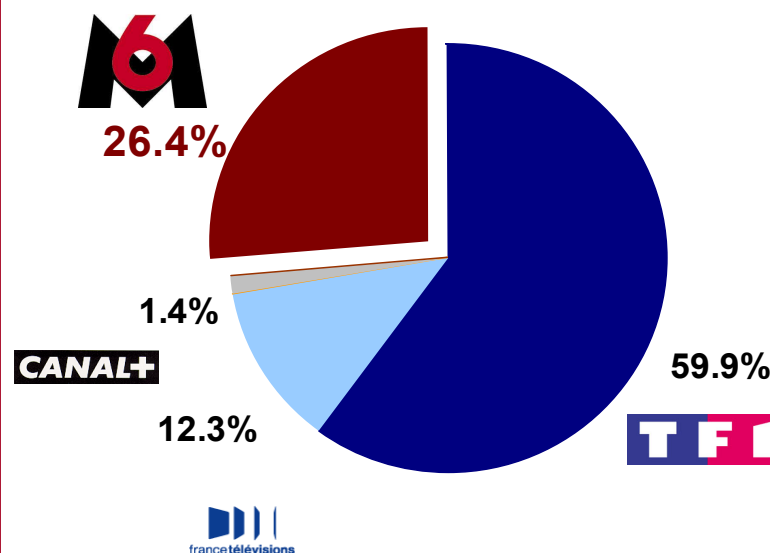
Part de voix du secteur distribution dans les investissements M6 hors MGD : 5.9%

103 campagnes sur 115 du secteur distribution ont communiqué sur M6



Taux de présence M6 de près de 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

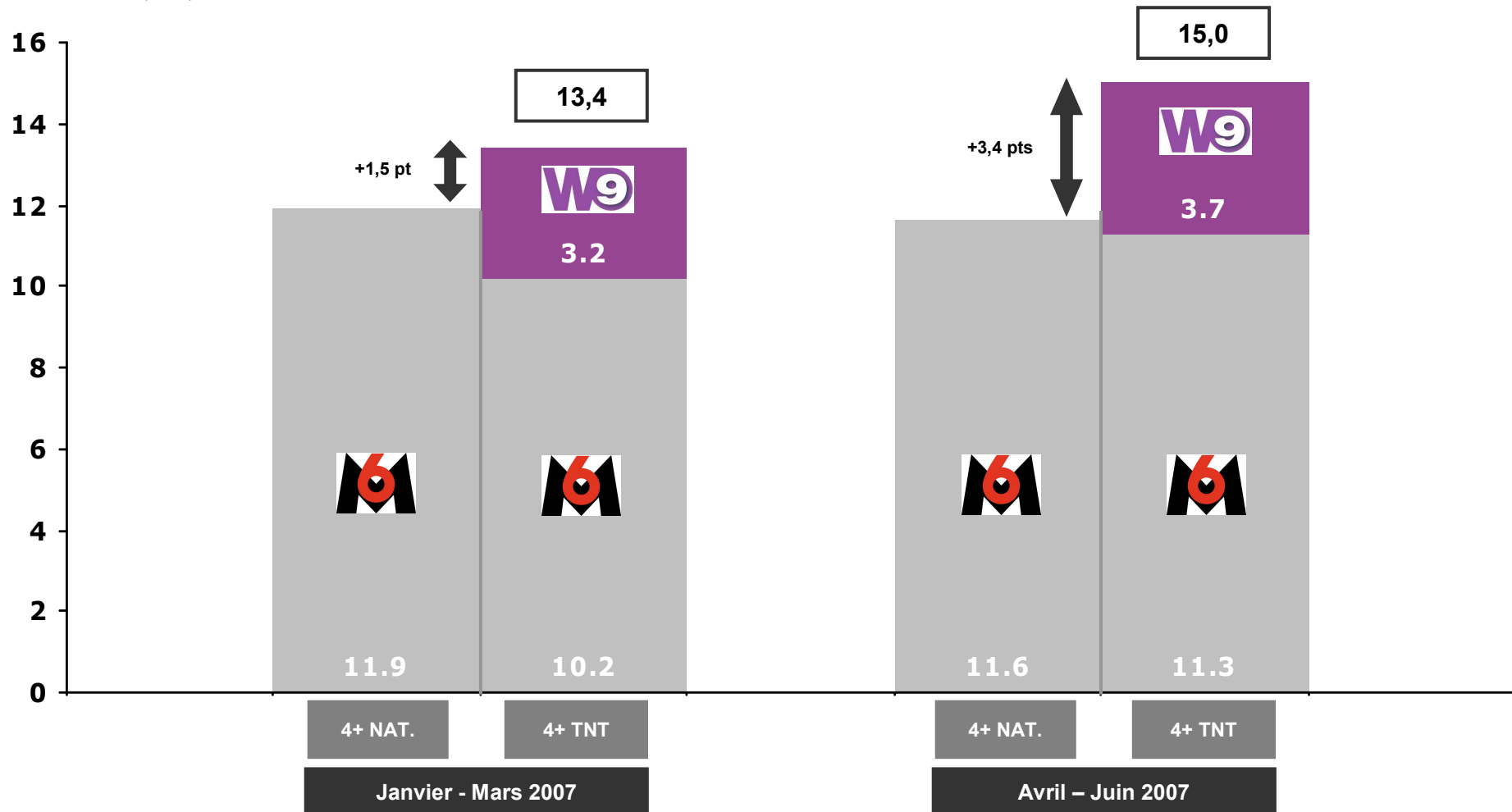


- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ **Chaînes numériques**
- ✓ Diversifications et droits audiovisuels
- ✓ États financiers
- ✓ Annexes

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

■ Comparaison des performances d'M6 sur la France entière aux performances du cumul M6+W9 sur les équipes TNT

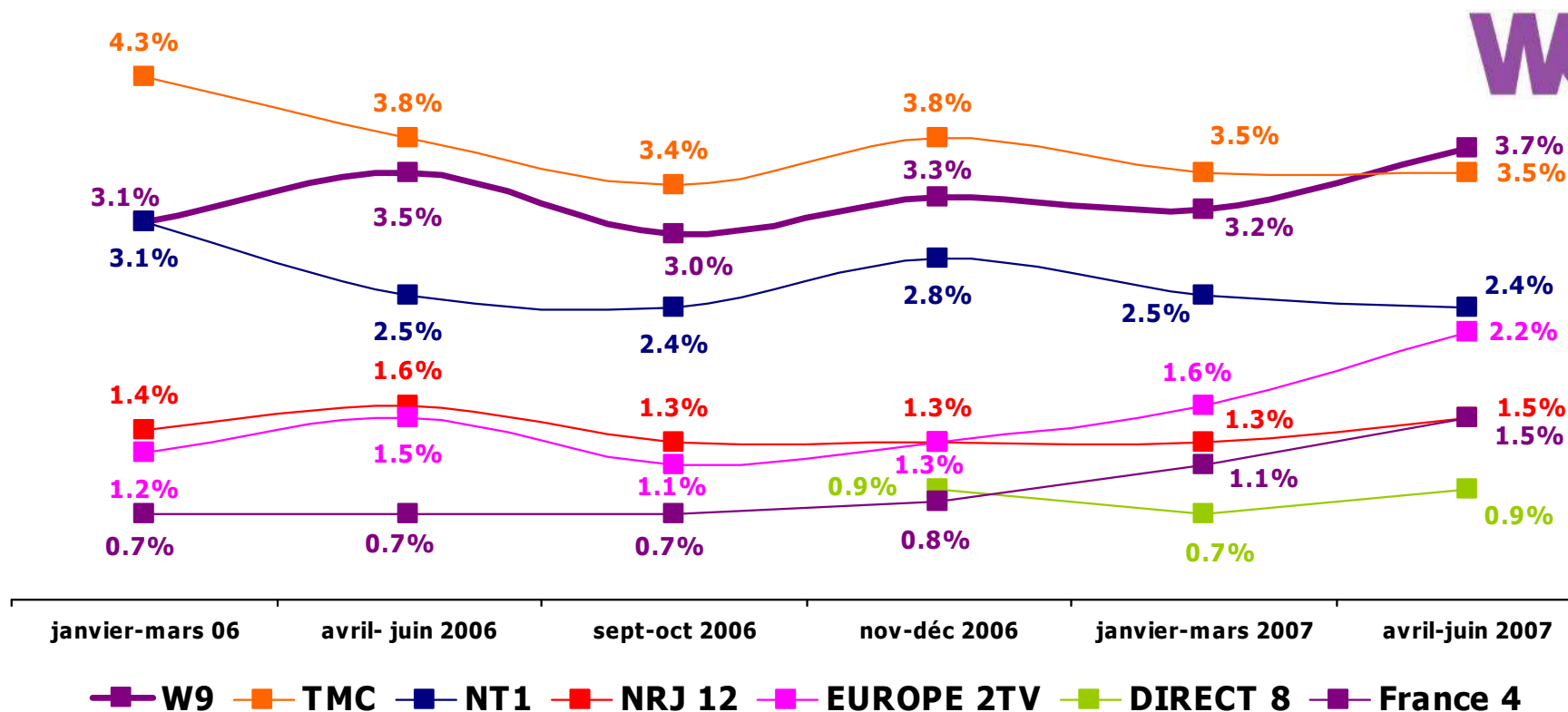
Parts d'audience (en %)



W9, une progression régulière ...



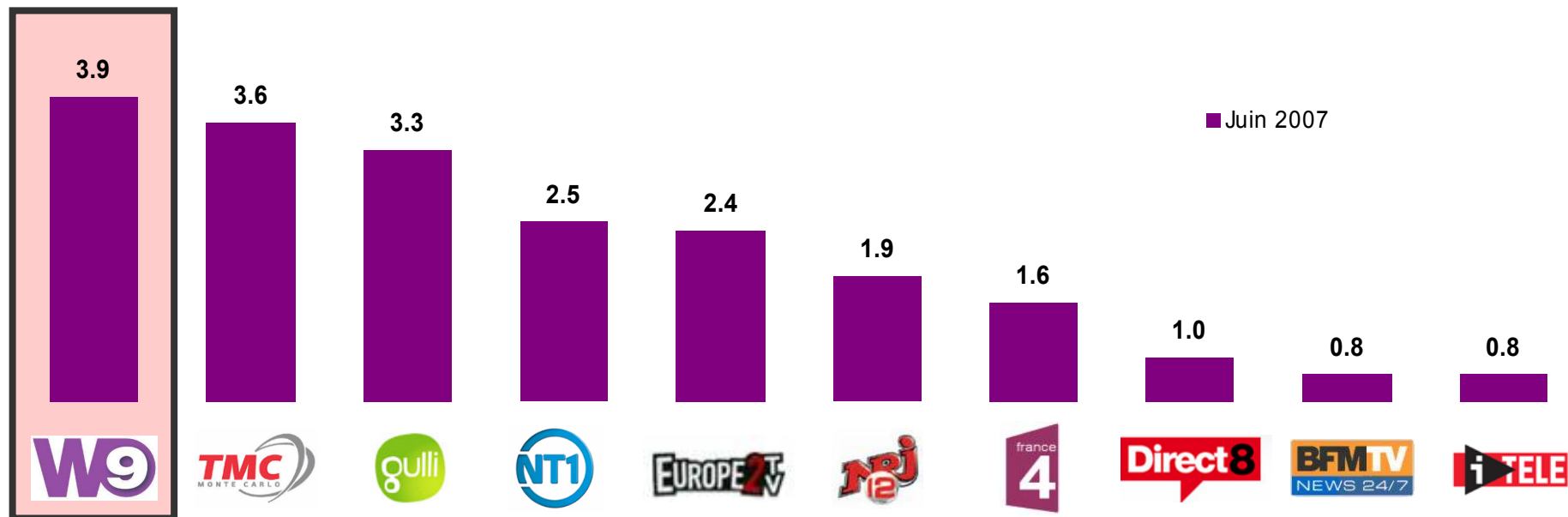
Parts d'audience en % - cible 4 ans et plus équipés TNT gratuite



... pour devenir la chaîne leader de la TNT en Juin 2007



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



En atteignant le **niveau record de 3,9%** de part d'audience auprès des équipés TNT sur le mois de juin 2007, W9 se classe **devant toutes les nouvelles chaînes de la TNT**

W9 s'impose comme la **5ème chaîne la plus regardée** par les équipés TNT (hertziennes historiques incluses)

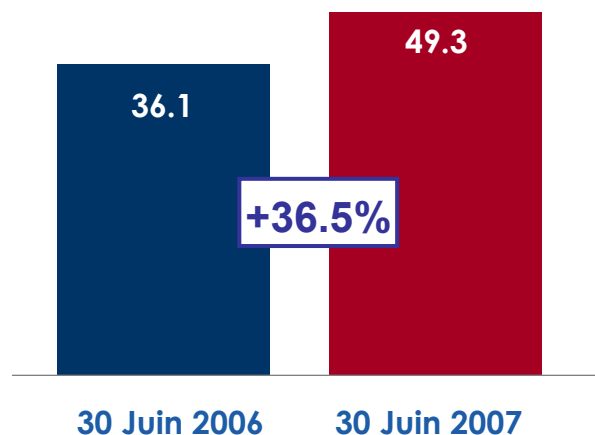
W9 est également **leader** des nouvelles chaînes TNT sur **l'ensemble du 2ème trimestre 2007**

Chaînes numériques

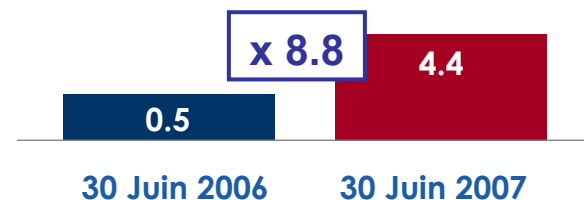
Un semestre de performances



Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



- Forte croissance des recettes publicitaires : + 60 %
- W9 devient la chaîne leader de la TNT
- W9, Téva et Paris Première notamment récoltent les fruits d'un positionnement original

- Un EBITA en forte progression
 - ✓ en dépit d'importants investissements sur W9 (-1.9 M€)
- Toutes les autres chaînes sont rentables

Sommaire

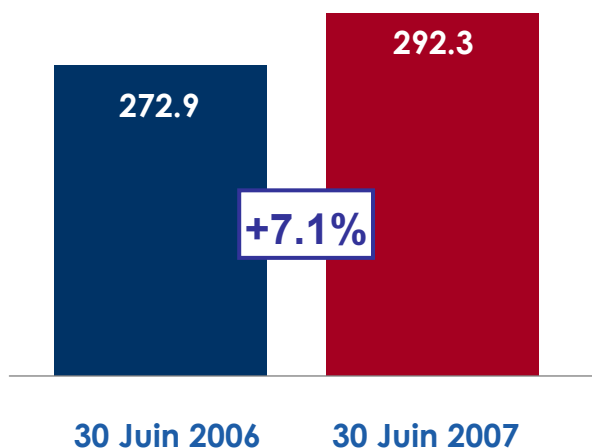


- ✓ Introduction
- ✓ Antenne M6
- ✓ Chaînes numériques
- ✓ **Diversifications et droits audiovisuels**
- ✓ États financiers

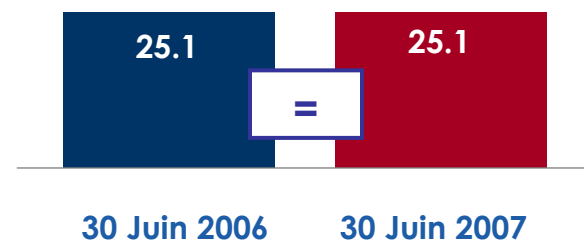
Diversifications et droits audiovisuels : des situations contrastées



Chiffre d'affaires (M€)



EBITA (M€)



Marge opérationnelle courante : 8.6 %

Pôle vente
à distance

Pôle
Interactions

Pôle
Interactivité

FCGB

Pôle droits
audiovisuels

Marge
opérationnelle
courante

3.9%

1.1%

22.0%

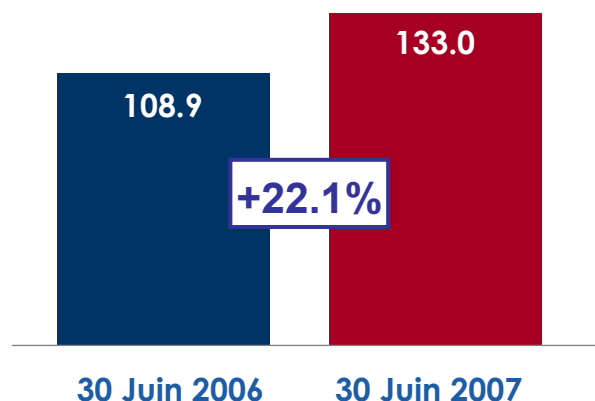
25.2%

4.7%

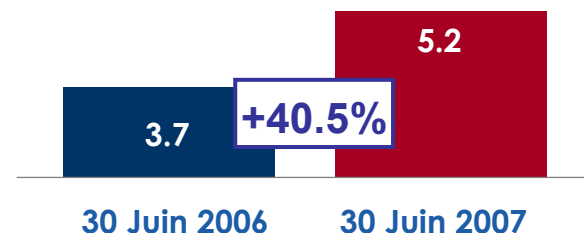
Le Pôle Vente à Distance, une forte dynamique



■ Chiffre d'affaires (M€)



■ EBITA (M€)



■ Le chiffre d'affaires progresse de 22.1% grâce à :

- ✓ La bonne performance de HSS (+12.5%), notamment grâce à la chaîne M6 Boutique et au succès de la Foire de Paris
- ✓ Le CA de Mistergooddeal est en croissance de +36%

■ L'EBITA est en hausse de +40.5%

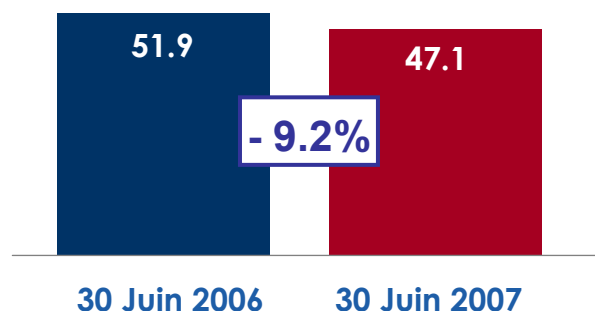
- ✓ La marge opérationnelle courante du Pôle est proche de 4% au S1 2007

- Mistergooddeal se classe **1er** parmi un large panel de sites de e-commerce en **termes de satisfaction, intention de réachat et intention de recommandation** (source : Direct Panel)
- Mistergooddeal **élu site favori des Internautes** (produits techniques, source : Médiamétrie/Fevad)
- Mistergooddeal a augmenté son trafic de l'ordre de 50 % et progressé en notoriété (campagnes publicitaires)

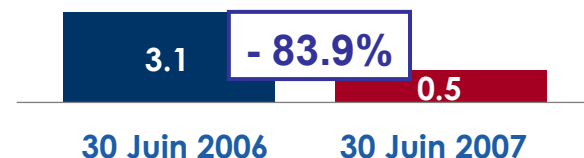
Le Pôle M6 Interactions, pénalisé par des marchés difficiles



■ Chiffre d'affaires (M€)



■ EBITA (M€)

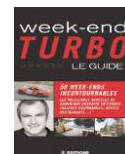


■ Le chiffre d'affaires est en retrait :

- ✓ Le marché de la musique connaît des difficultés
- ✓ Diminution du nombre de sorties de collections et baisse des ventes
- ✓ Ajustement de la fréquence de parution des magazines

■ L'EBITA est en recul, reflétant :

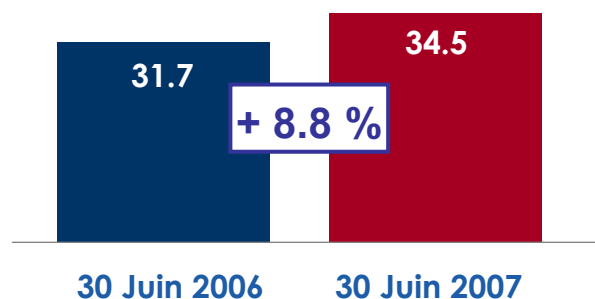
- ✓ La baisse du niveau d'activité,
- ✓ L'échec d'un certain nombre de collections.



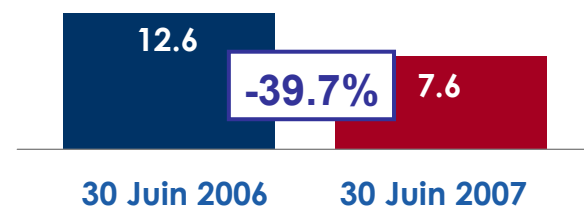
Le Pôle Interactivité : Une croissance tirée par M6 Mobile



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



■ EBITA y.c M6 Mobile (M€)



■ Un chiffre d'affaires en croissance de 8.8%

- ✓ Dynamisme confirmé de M6 Mobile by Orange avec près de 927 000 abonnés à fin Juin 2007

■ L'EBITA recule de -39.7% sous l'effet :

- ✓ Des coûts de développement & pertes de démarrage de nouvelles activités



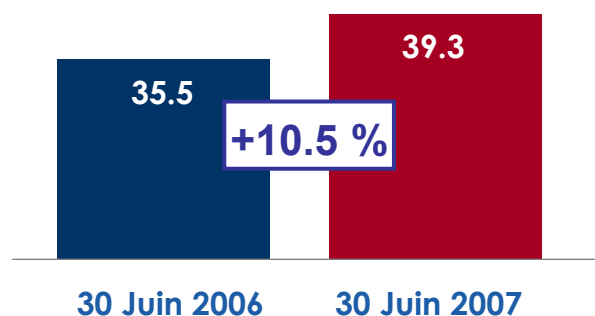
■ M6 Mobile atteindra le million d'abonnés fin Juillet, seulement 2 ans après son lancement vs. les 3 ans initialement prévus.



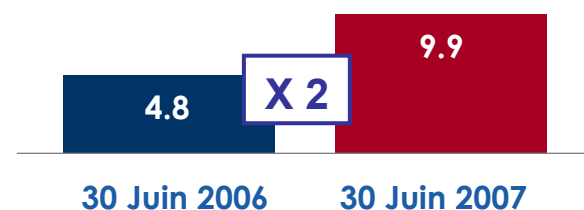
Le Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B), une saison satisfaisante



■ Chiffre d'affaires (M€)



■ EBITA (M€)



■ Des résultats sportifs satisfaisants

✓ Saison 2006/2007

- 6^{ème} place de L1
- Le F.C.G.B a remporté fin mars 2007 la Coupe de la Ligue face à l'OL
- Qualification en Coupe de l'UEFA



■ Une amélioration significative de l'EBITA grâce :

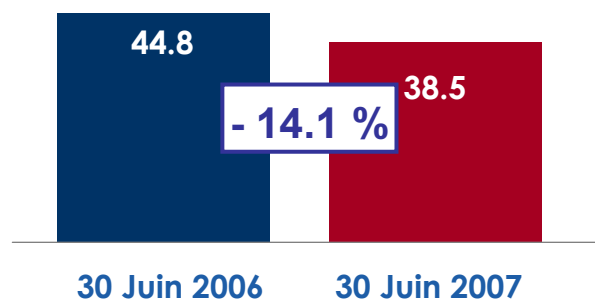
- ✓ Aux droits TV tirés de la participation à la Ligue des Champions
- ✓ Au bon classement obtenu dans le championnat de France
- ✓ A la victoire en Coupe de la Ligue

■ Un niveau d'EBITA non extrapolable sur année pleine

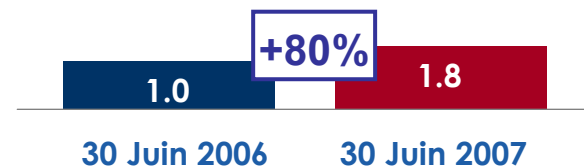
Les Droits audiovisuels : Une bonne performance avec un fort effet de base



■ Chiffre d'affaires (M€)



■ EBITA (M€)



■ Un semestre pénalisé par un fort effet de base

- ✓ avec l'exploitation en salle au S1 2006 d'*Astérix et les Vikings*, *Lord of War* et en vidéo de *Mr & Mrs Smith*

■ De bonnes performances néanmoins

- ✓ Dans la vente des droits TV payante

■ Hausse du résultat opérationnel courant

- ✓ amélioration de la rentabilité de SND
- ✓ contribution positive des catalogues Mandarin et de M6 Studio

■ Focus sur les sorties du S1



Sommaire



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

Bilan consolidé simplifié



M€

	31 décembre 2006*	30 juin 2007	Variation S1 2007/FY 2006 (M€)
Goodwill	53.7	54.5	0.8
Actif non courant	523.3	582.7	59.4
Actif courant	778.3	839.2	60.9
Trésorerie	250.7	62.8	-187.9
Actifs liés aux activités en cours de cession	-	-	
TOTAL ACTIF	1,606.0	1,539.2	-66.8
Capitaux propres	799.7	754.6	-46.5
Passif non courant	43.0	37.1	-4.5
Passif courant	763.3	747.5	-15.8
Passifs liés aux activités en cours de cession	-	-	
TOTAL PASSIF	1,606.0	1,539.2	-66.8

* La période comparative a été retraitée pour tenir compte de l'application de l'amendement IAS 19

Flux de trésorerie simplifiés



M€

Tableau de financement

	30 juin 2006	30 juin 2007	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	174.8	197.6	22.8
Variation de BFR d'exploitation	-30.0	-59.2	-29.2
Impôt	-36.3	-43.1	-6.8
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	108.4	95.4	-13.0
Flux de trésorerie des activités d'investissements	-9.3	-94.5	-85.2
Flux de trésorerie des activités de financement	-72.3	-188.8	-116.5
<i>Dont dividendes versés</i>	<i>-125.0</i>	<i>-125.0</i>	<i>0.0</i>
<i>Dont flux de trésorerie des activités en cours de cession</i>	<i>51.0</i>	<i>-52.5</i>	<i>-103.5</i>
Variation globale de trésorerie	26.8	-187.9	
Trésorerie à l'ouverture	243.1	250.7	7.6
Trésorerie à la clôture	269.9	62.8	-207.1



Sommaire

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

Compte de résultat analytique consolidé



En M€	30/06/2007	30/06/2006	Variation 2007 / 2006	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	365.0	351.4	13.6	3.9%
Chiffre d'affaires - autres activités	2.7	3.5	(0.9)	-24.3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	126.6	100.6	26.0	25.8%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	49.3	36.1	13.2	36.5%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	4.4	0.5	3.9	851.6%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	292.3	272.8	19.5	7.1%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	25.1	25.1	(0.0)	-0.1%
Eliminations et résultats non affectés	(4.8)	(3.8)	(1.0)	25.5%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	709.2	663.8	45.4	6.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	151.2	122.3	28.9	23.6%
Amortissements des marques	(0.5)	(0.5)	-	
Perte de valeur des actifs non amortissables	(0.9)	-	(0.9)	
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	149.8	121.8	28.0	23.0%
Résultat financier des activités poursuivies	12.4	3.2	9.2	
Part dans les sociétés mises en équivalence	-	-	-	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	162.2	125.0	37.2	29.7%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(54.0)	(34.6)	(19.4)	
Résultat net des activités poursuivies	108.2	90.5	17.7	19.6%
Résultat net des activités abandonnées (TPS)	-	10.5	(10.5)	N/S
Résultat net	108.2	101.0	7.2	7.1%
Part des minoritaires	(0.1)	(0.5)	0.3	
Résultat net par du Groupe	108.1	100.5	7.5	7.5%

Contribution Antenne M6



En M€	30/06/2007			30/06/2006			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	372.7	365.0	101.3	358.2	351.4	76.6	14.5	13.6	24.7
M6 Publicité (Régie)	36.5	0.5	23.5	34.3	1.2	22.7	2.2	(0.8)	0.8
M6 Films	0.5	0.4	0.1	0.7	0.6	(0.7)	(0.2)	(0.2)	0.8
Sociétés de Production	44.8	1.8	0.2	39.6	1.6	0.8	5.2	0.2	(0.6)
Sociétés Immobilières	4.3	0.0	1.4	4.0	0.0	1.1	0.3	0.0	0.3
Autres	0.8	0.0	-	0.5	0.0	-	0.3	(0.0)	-
Eliminations intra-segment	(73.9)	-	-	(69.5)	-	-	(4.3)	-	-
Antenne M6	385.7	367.6	126.6	367.7	354.9	100.6	18.0	12.7	26.0

Contribution Analytique Antenne M6



En M€	30/06/2007	30/06/2006	Variation 2007 / 2006	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	365.0	351.4	13.6	3.9%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	6.5	5.9	0.6	9.7%
Coût de la régie - quote-part M6	(10.9)	(10.0)	(1.0)	9.7%
Taxes et droits d'auteurs	(37.2)	(34.8)	(2.5)	7.1%
Coûts de diffusion	(17.8)	(17.7)	(0.1)	0.3%
Recettes nettes diffuseurs	305.5	294.9	10.7	3.6%
Coût de la grille	(146.5)	(162.4)	15.9	-9.8%
Marge Brute de la grille	159.1	132.5	26.6	20.1%
En %	52.1%	44.9%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(38.2)	(36.4)	(1.7)	4.7%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	3.9	3.3	0.6	18.7%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	1.8	1.3	0.5	
Résultat opérationnel courant (EBITA)	126.6	100.6	26.0	25.8%

Contribution Chaînes Numériques



En M€	30/06/2007			30/06/2006			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	17,0	16,8	2,3	15,2	15,1	1,4	1,7	1,7	0,9
W9	11,0	10,9	(1,9)	2,0	2,0	(4,2)	9,0	8,9	2,3
Teva	9,5	9,4	2,3	7,9	7,9	1,0	1,5	1,5	1,3
M6 Music	3,1	3,0	1,2	2,6	2,6	1,0	0,5	0,5	0,2
Fun TV	1,4	1,3	0,0	1,7	1,7	0,1	(0,4)	(0,3)	(0,1)
TF6	5,6	5,6	0,5	5,0	4,9	1,1	0,6	0,7	(0,6)
Série Club	2,1	2,1	0,2	1,9	1,9	0,2	0,2	0,2	0,0
Autres	2,2	0,1	(0,1)	1,6	0,1	-	0,6	0,0	(0,1)
Eliminations intra-segment	(2,0)	-	-	(1,2)	-	-	(0,8)	-	-
EBITA Chaînes Numériques	49,9	49,3	4,4	36,8	36,1	0,5	13,0	13,2	3,9

Contribution Diversifications et droits audiovisuels



En M€	30/06/2007			30/06/2006			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)
SND	37.2	32.3	1.3	43.7	40.8	1.2	(6.6)	(8.6)	0.1
SNC	0.5	0.5	(0.4)	0.6	0.6	(0.4)	(0.1)	(0.1)	0.0
TCM	2.0	1.8	(0.1)	5.2	3.3	2.9	(3.2)	(1.5)	(3.0)
Mandarin / Mandarin Films	0.8	0.8	0.3	0.0	0.0	(0.1)	0.8	0.8	0.5
M6 Studio	3.1	3.1	0.7	0.2	0.0	(2.6)	2.9	3.1	3.3
sous total Droits audiovisuels	43.5	38.5	1.8	49.7	44.8	1.0	(6.1)	(6.3)	0.8
sous total Pôle Interactions	54.2	47.1	0.5	57.3	51.9	3.1	(3.1)	(4.8)	(2.6)
Groupe HSS	74.1	72.7	3.1	65.5	64.6	3.0	8.6	8.1	0.1
Mistergooddeal	62.4	60.3	2.1	45.4	44.3	0.6	16.9	16.0	1.5
sous total Pôle Vente A Distance	136.4	133.0	5.2	110.9	108.9	3.7	25.5	24.1	1.6
sous total Pôle Interactivité	41.8	34.5	7.6	35.6	31.7	12.6	6.1	2.8	(5.0)
FCGB	39.4	39.3	9.9	35.6	35.5	4.8	3.8	3.7	5.2
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eliminations intra-segment	(9.9)	-	-	(8.6)	-	-	(1.3)	-	-
Diversifications & Droits Audiovisuels	305.5	292.3	25.1	280.5	272.8	25.1	25.0	19.5	(0.0)