

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2013

18 février 2014



GROUPE

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).

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2013

GROUPE M6



INTRODUCTION

TÉLÉVISION

DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

COMPTES

PERSPECTIVES

ANNEXES

INTRODUCTION

INTRODUCTION

2008 - 2013 : Faits marquants



TV

Une activité en croissance
dans un marché stable et fragmenté



DIVERSIFICATIONS

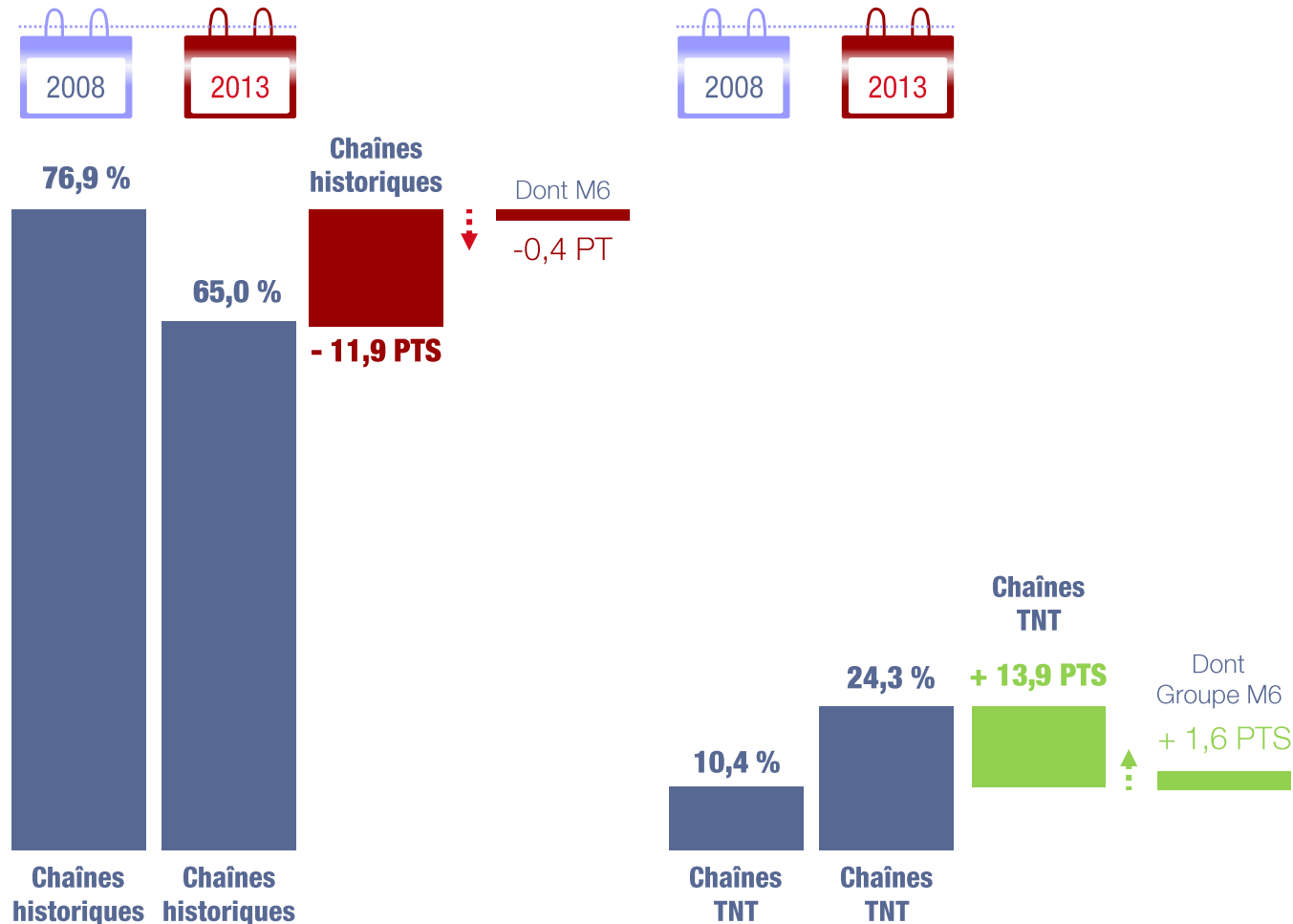
Un renforcement rentable sur des niches de marché,
grâce à une utilisation optimisée du media TV

INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché fragmenté



AUDIENCES 4+

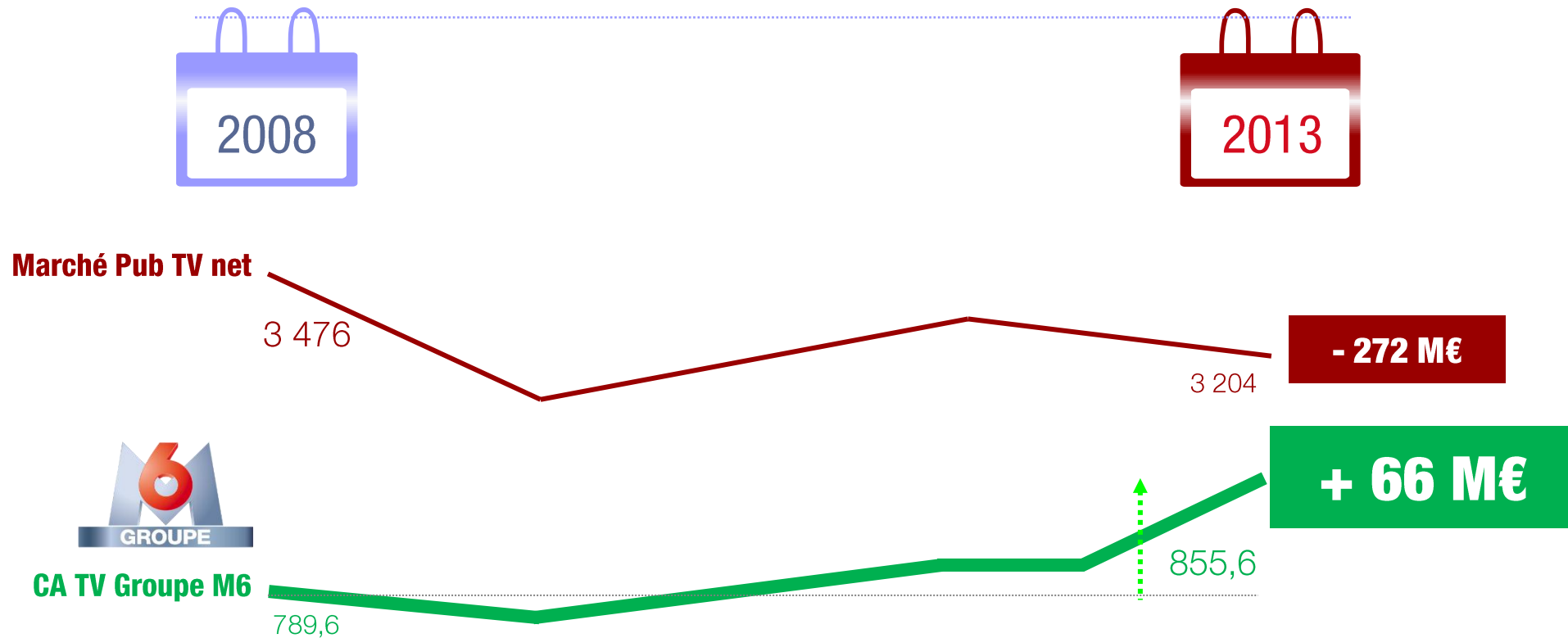


INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



Chiffres clés (M€)



INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



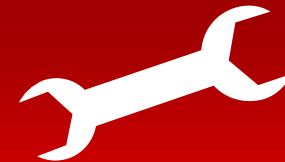
... grâce à la mise en œuvre de ses 3 piliers stratégiques :



CRÉATIVITÉ /
INNOVATION



MARKETING



DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL

INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



Grâce à son innovation programmes

**Renouvellement
de l'avant-soirée**



+600 000
téléspectateurs



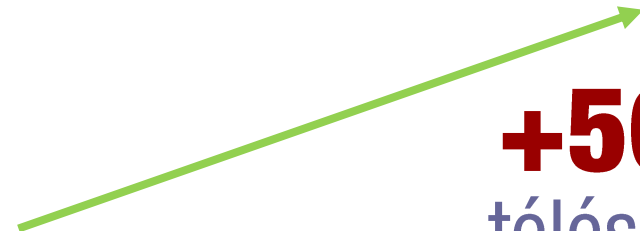
entre 17h30
et 20h30

INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



MARKETING /
POSITIONNEMENT
DE LA FAMILLE
DES CHÂÎNES



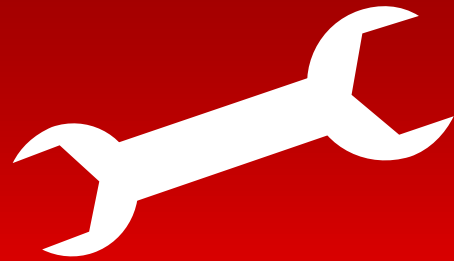
+500 000
téléspectateurs



entre 20h30
et 24h00

INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL

Renforcement de la production interne



Volume horaire
produit en interne



950h



1457h

+53%

Sécurisation des achats externes



Valeur des droits
au bilan et hors-bilan



844M€



1047M€

+24%

INTRODUCTION

2008 - 2013 - TV : Une activité en croissance
dans un marché atone et fragmenté



La TV chez M6, c'est :



CRÉATIVITÉ /
INNOVATION



DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL



MARKETING /
POSITIONNEMENT
DE LA FAMILLE DES CHAÎNES

Mise en œuvre
d'une **PLATEFORME INDUSTRIELLE**

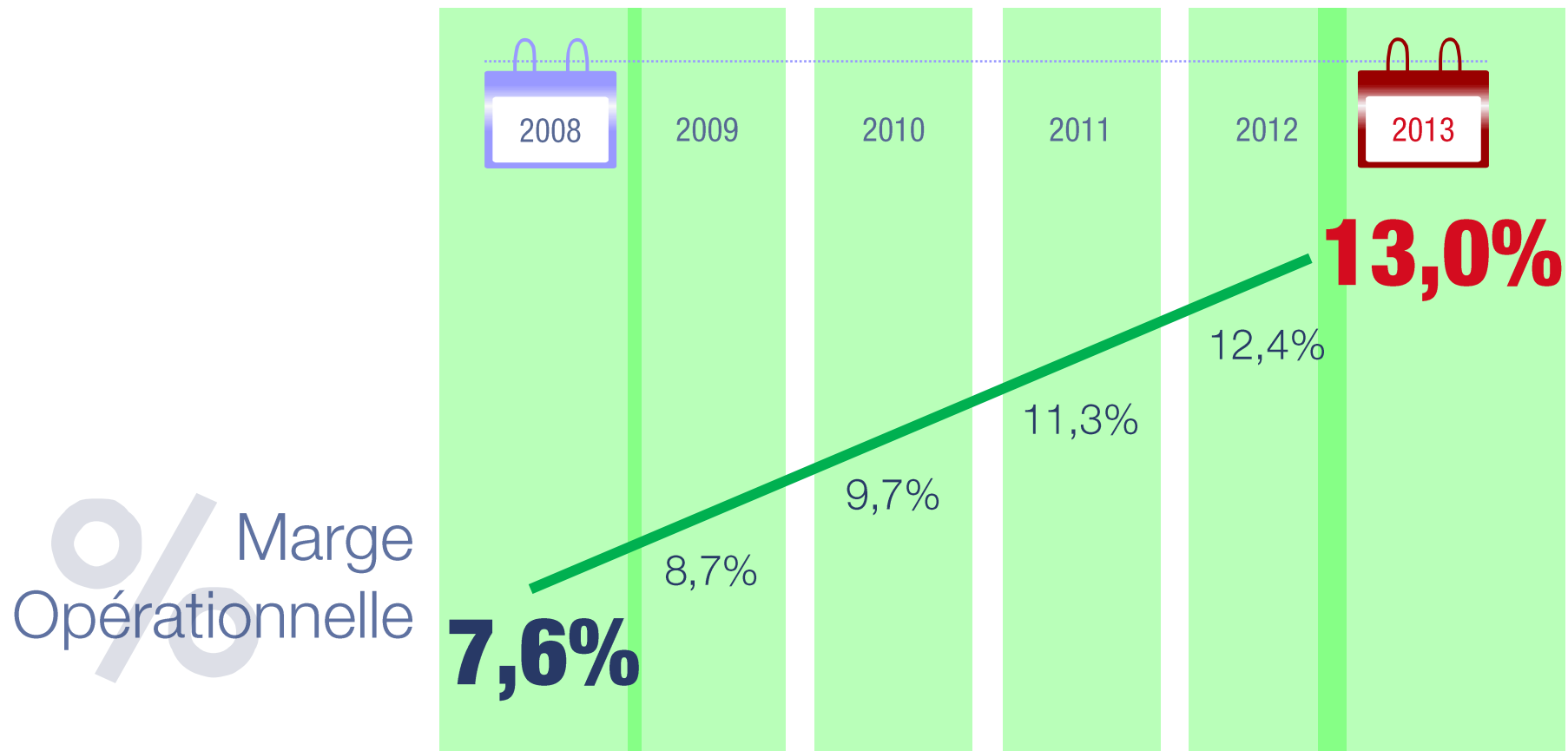


INTRODUCTION

2008 - 2013 - Diversifications : Un renforcement rentable sur des niches de marché, grâce à une utilisation optimisée du media TV



Hors F.C.G.B



INTRODUCTION

2008 - 2013 - Diversifications : Un renforcement rentable sur des niches de marché, grâce à une utilisation optimisée du media TV



a su faire évoluer son portefeuille
pour pénétrer de nouvelles niches rentables

Marge
Opérationnelle
2013

13,0%

Grâce aux 3 piliers stratégiques du Groupe :



CRÉATIVITÉ /
INNOVATION

6play



MARKETING



DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL



INTRODUCTION

2008 - 2013 - Diversifications : Un renforcement rentable sur des niches de marché, grâce à une utilisation optimisée du media TV



Depuis 2008

Des activités arrêtées :

Call-TV



Collections

2008 - 2013

Des activités créées ou acquises :

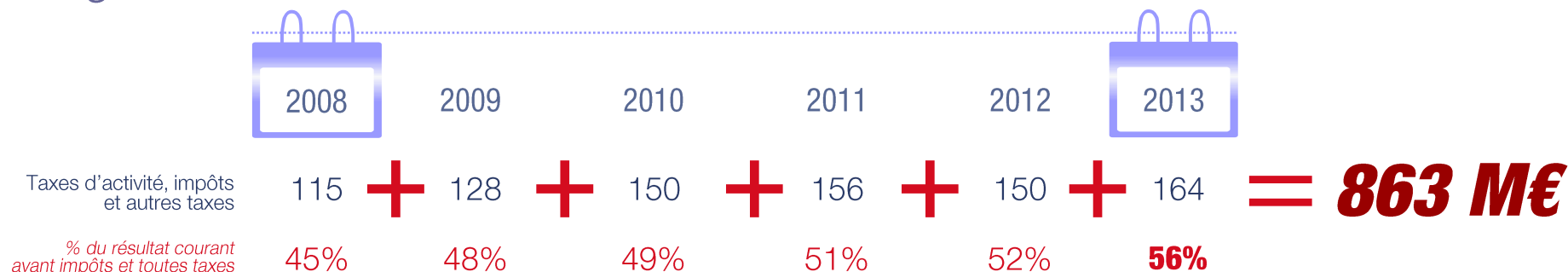


INTRODUCTION

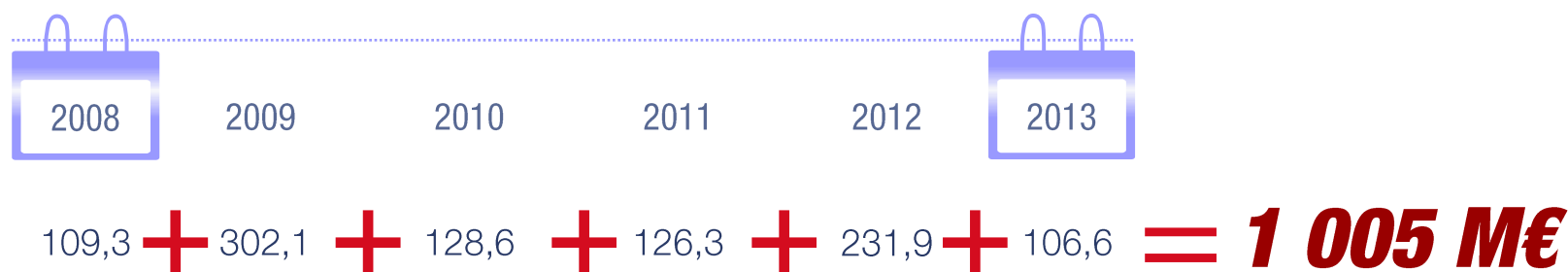
2008 - 2013 : Faits marquants



Malgré l'alourdissement de la fiscalité ...

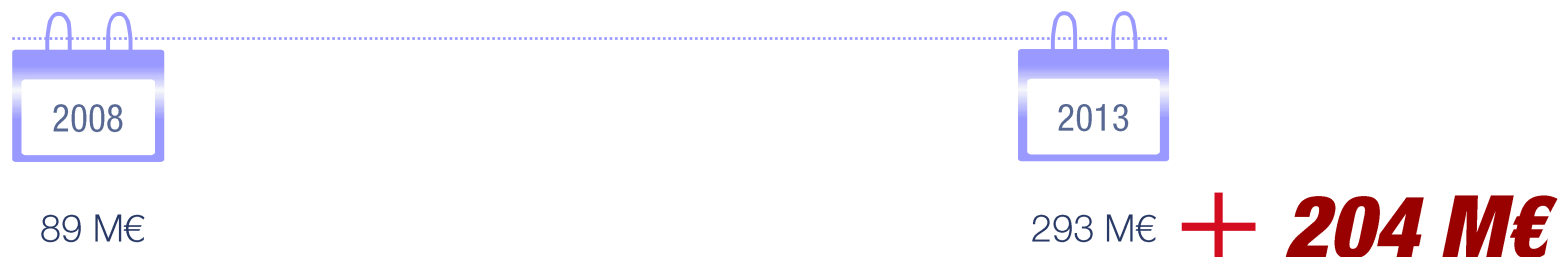


... le groupe a versé des dividendes...



soit un rendement moyen de 8% par an

... et présente une trésorerie nette en croissance :



CHIFFRES CLÉS 2013

INTRODUCTION

Chiffres clés du Groupe en 2013



Chiffres clés (M€)

2012 2013

Chiffre d'affaires
consolidé

1 386,6

1 382,8

- 0,3%

Total Activités poursuivies

1 260,8

1 265,0

+ 0,3%

Résultat opérationnel
courant (EBITA) consolidé

218,5

206,2

- 5,6%

Total Activités poursuivies

224,2

211,6

- 5,6%

INTRODUCTION – CHIFFRES CLÉS

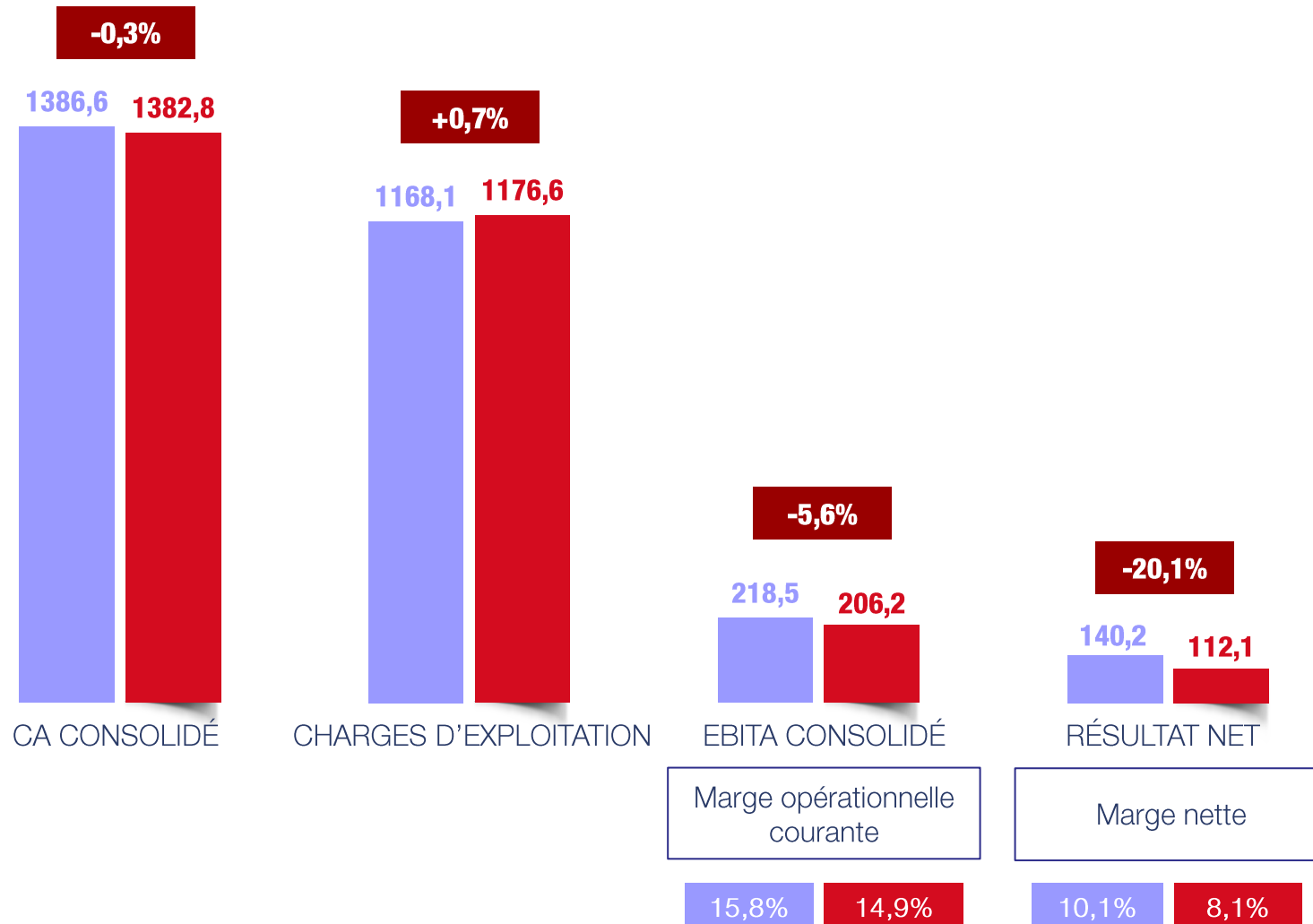


M6 résiste malgré la crise
grâce à l'efficacité de son modèle stratégique

Chiffres clés (M€)

2012

2013



INTRODUCTION – CHIFFRES CLÉS

Des performances en progression hors éléments exceptionnels



2012

140,2



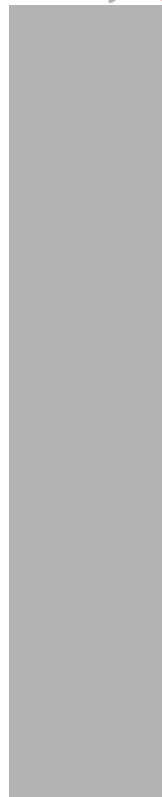
Résultat net

Impact cessions
Mistergooddeal
Summit



- 7,2

133,0



Résultat net
économique

2013

112,1



Résultat net

3,6

Impact cessions
Mistergooddeal
Summit



7,1

Investissements
6ter
6play



13,3

Eléments
fiscaux



136,1



Résultat net
économique 20

INTRODUCTION – CHIFFRES CLÉS

Faits marquants de 2013



-
- Stabilité du Chiffre d'affaires
 - Contraction du marché publicitaire
 - Investissements dans 6ter
 - Investissements dans 6play
 - Désengagement de Mistergooddeal
 - 2^{ème} tranche de plus-value de cession sur Summit Entertainment
 - Amélioration de la profitabilité des diversifications
 - Pression fiscale accrue

TÉLÉVISION

TÉLÉVISION – CHIFFRES CLÉS

CA & EBITA ANTENNE M6

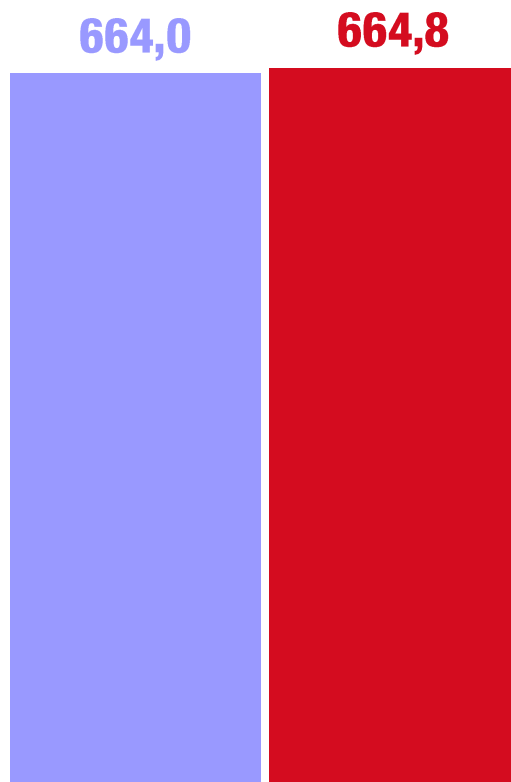


Chiffres clés (M€)

2012

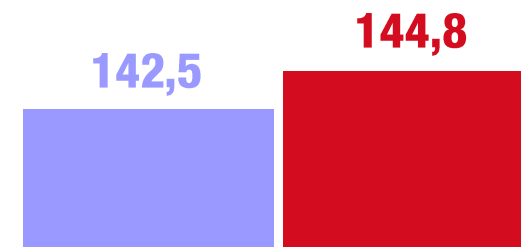
2013

+ 0,1%



CA

+ 1,6%



EBITA

TÉLÉVISION – CHIFFRES CLÉS

CA & EBITA CHAÎNES DE COMPLÉMENT



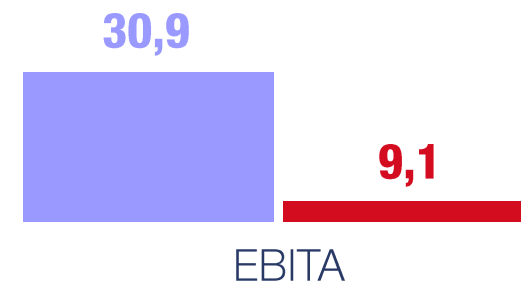
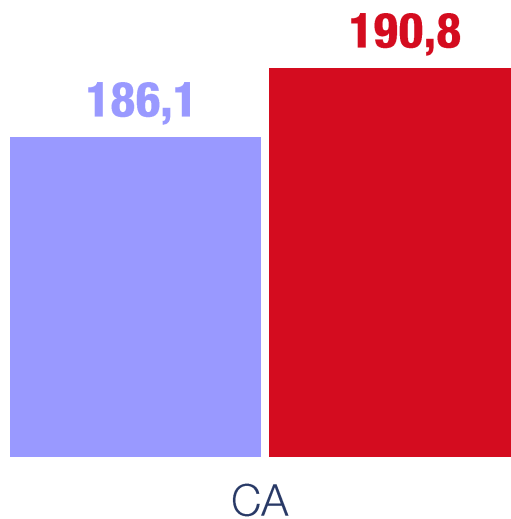
Chiffres clés (M€)

2012

2013

+ 2,5%

- 70,7%



TÉLÉVISION

Audiences

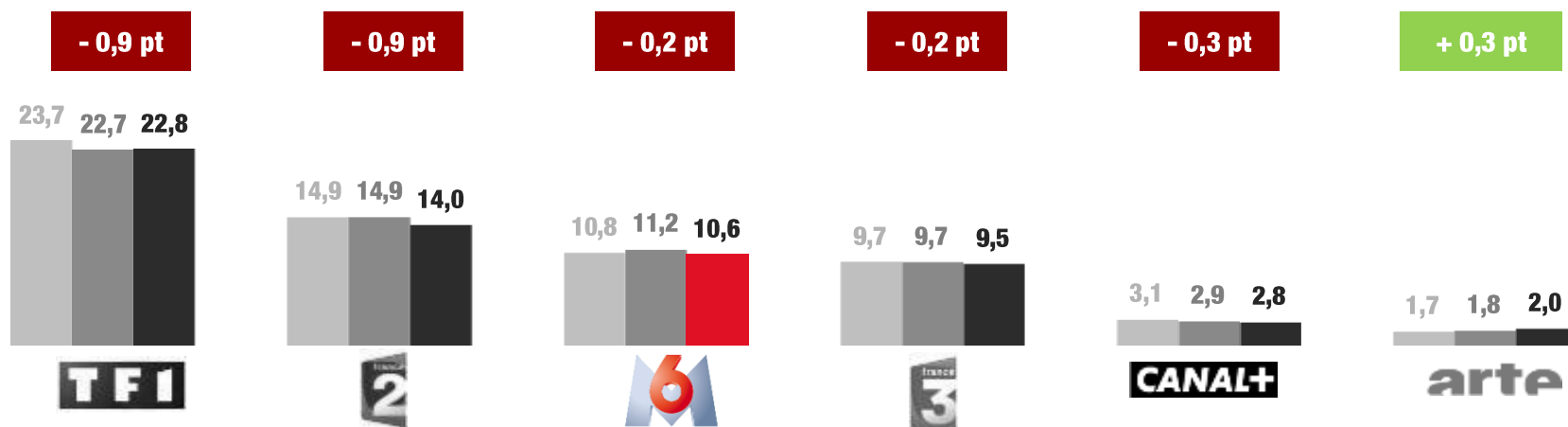
TÉLÉVISION - Audiences

En 2 ans, M6 affiche une meilleure résistance que ses concurrentes

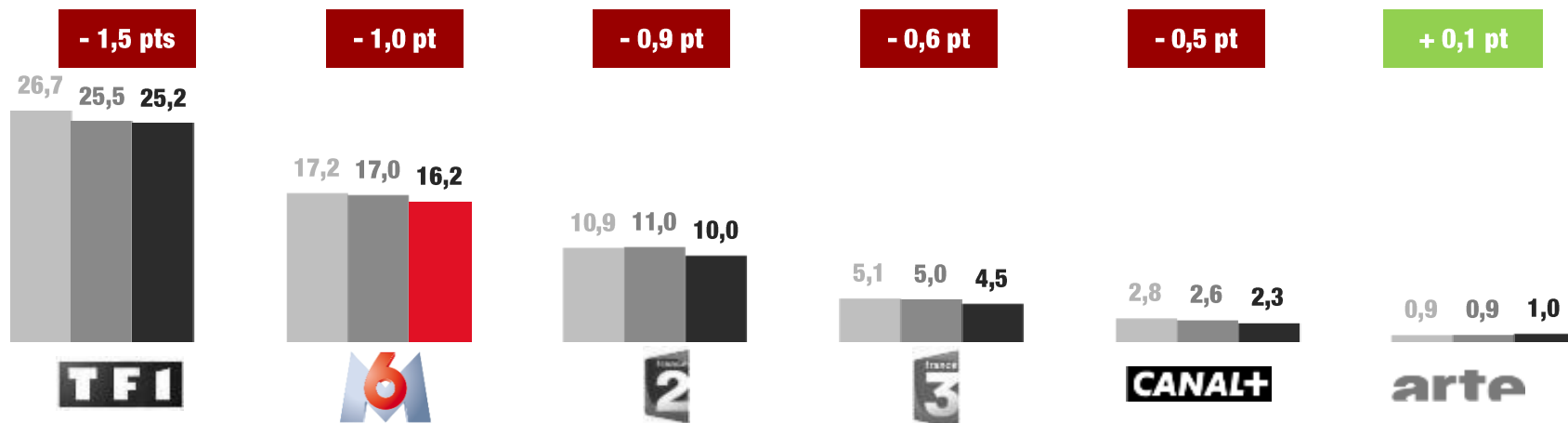


2011
2012
2013

Part d'audience 4+ (%)



Part d'audience M-50 (%)



TÉLÉVISION - Audiences

2013 : Puissance des marques fortes qui permettent souvent à M6 de passer la barre des 4 millions de téléspectateurs



6 soirées > 6M°
16 soirées > 5M°



39 épisodes > 4M°
16 épisodes > 5M°



5 soirées > 4M°



13 épisodes > 4M°
(sur 13 épisodes diffusés)

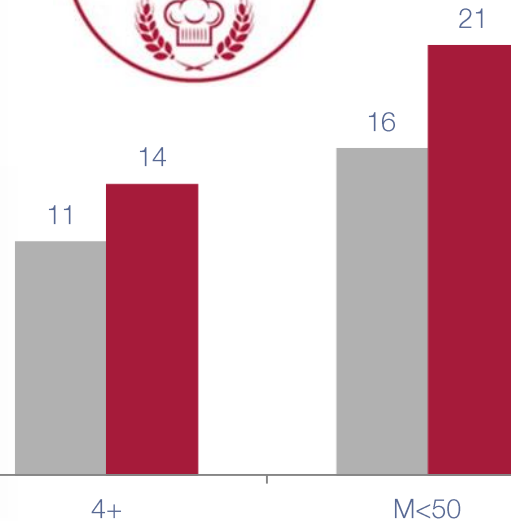
TÉLÉVISION - Audiences

2013 : les nouveautés d'avant-soirée ont été lancées avec succès



■ Moyenne de case (1er semestre)
■ LES REINES DU SHOPPING

+220 000
Télespectateurs
entre la 1^{ère} et la 2^{ème} salve



■ Moyenne de case (1er semestre)
■ LA MEILLEURE BOULANGERIE

+600 000
Télespectateurs
en 8 semaines de diffusion

Du lundi au vendredi :
M6 leader 1 jour sur 2
auprès des M<50

LE 1945

3,3M°



4,3M°

TÉLÉVISION

Audiences TNT

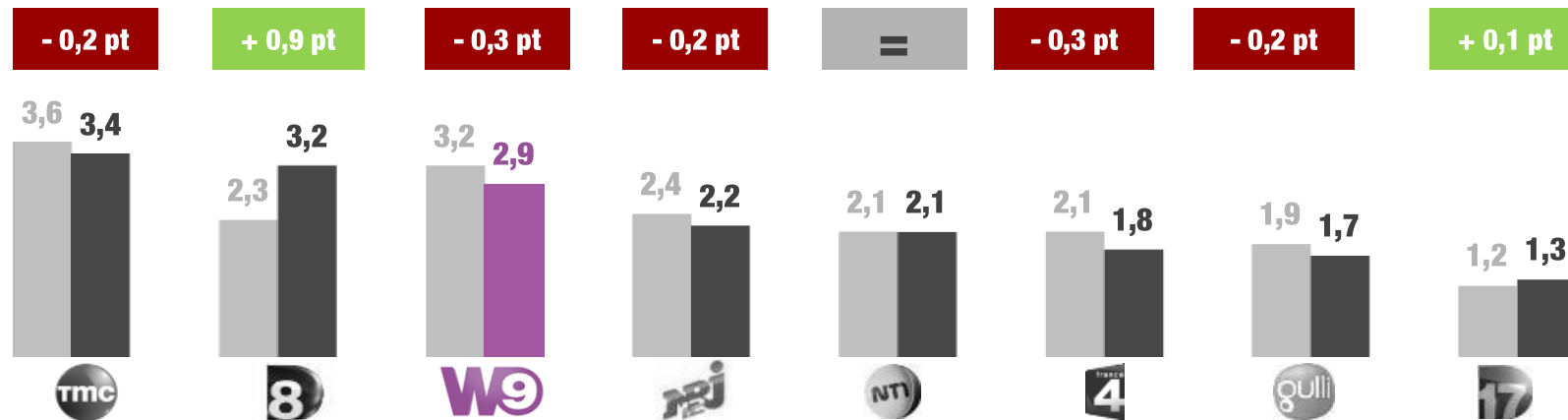
TÉLÉVISION – Audiences TNT

2013 : W9 maintient son leadership TNT auprès des M<50

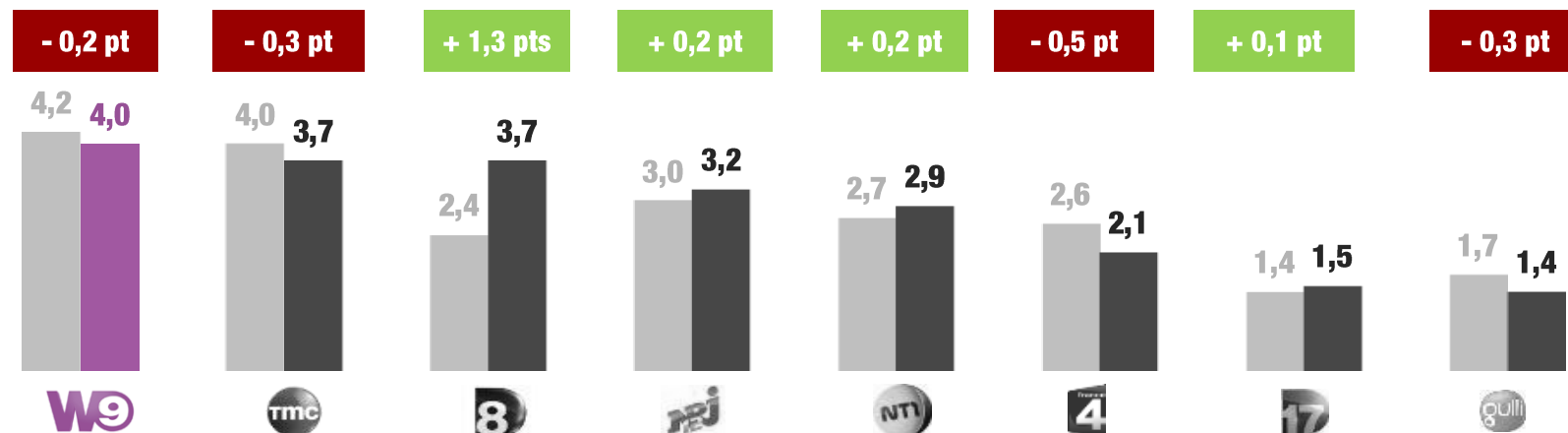


Part d'audience 4+ (%)

2012
2013



Part d'audience M-50 (%)



TÉLÉVISION – Audiences TNT

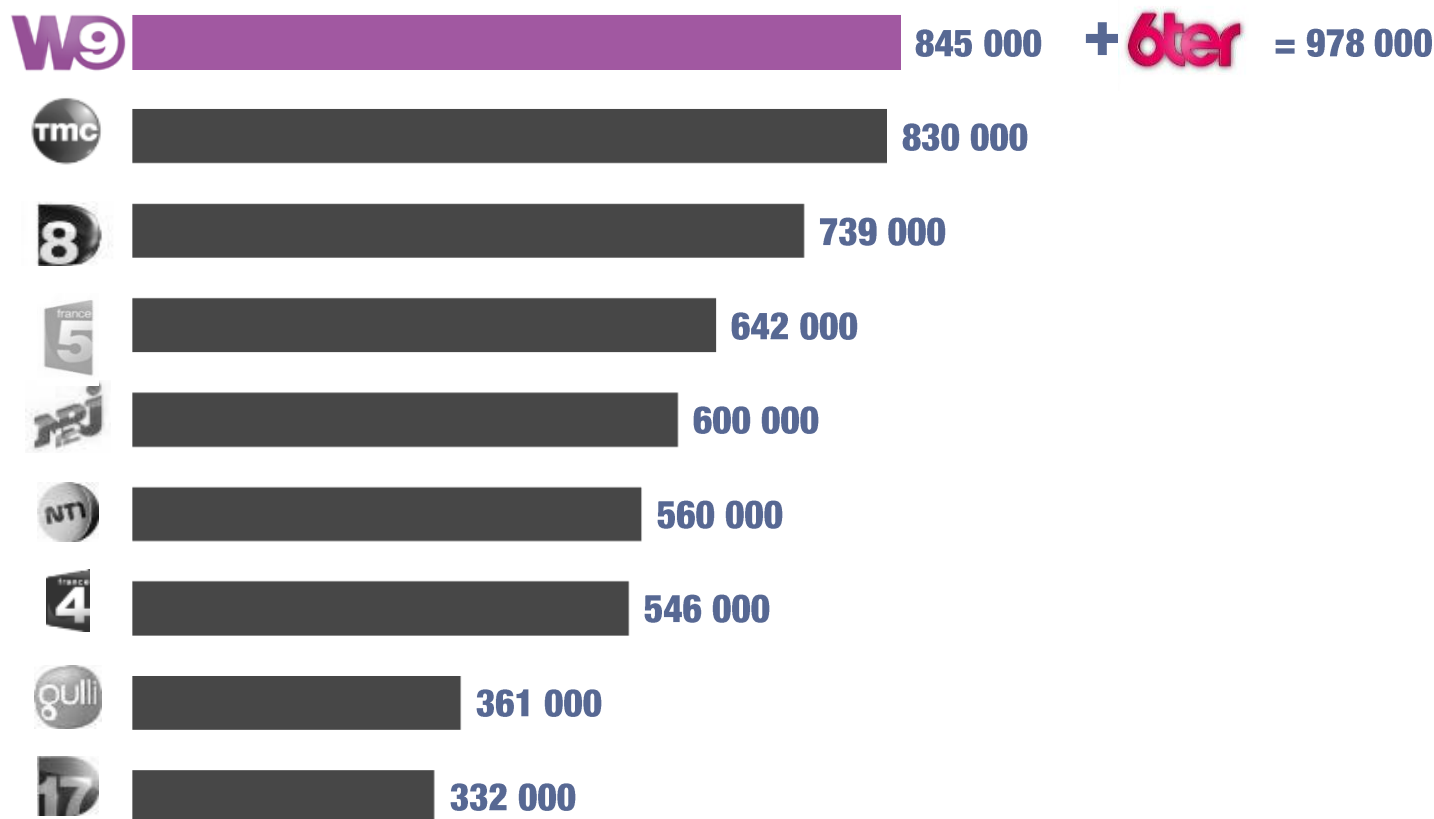
2013 : W9 est la chaîne la plus puissante en soirée



Audience 4+ (en nombre de téléspectateurs)



entre 20h50
et 22h30

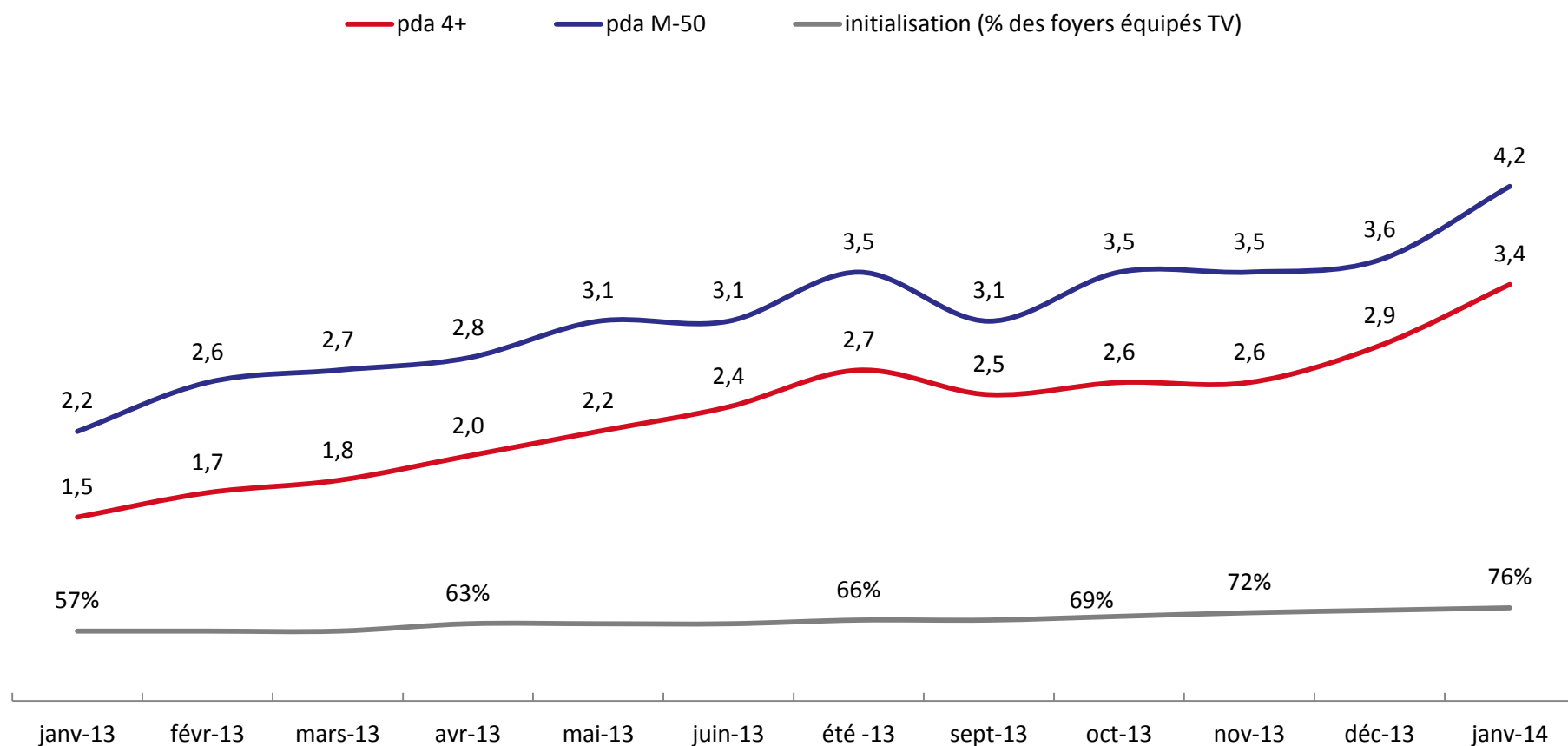


TÉLÉVISION – Audiences TNT

Sur l'ensemble de l'année, les nouvelles chaînes TNT atteignent déjà 2,3% d'audience en 4+, et 3,1% sur les M<50



Evolution mensuelle des scores des nouvelles chaînes TNT

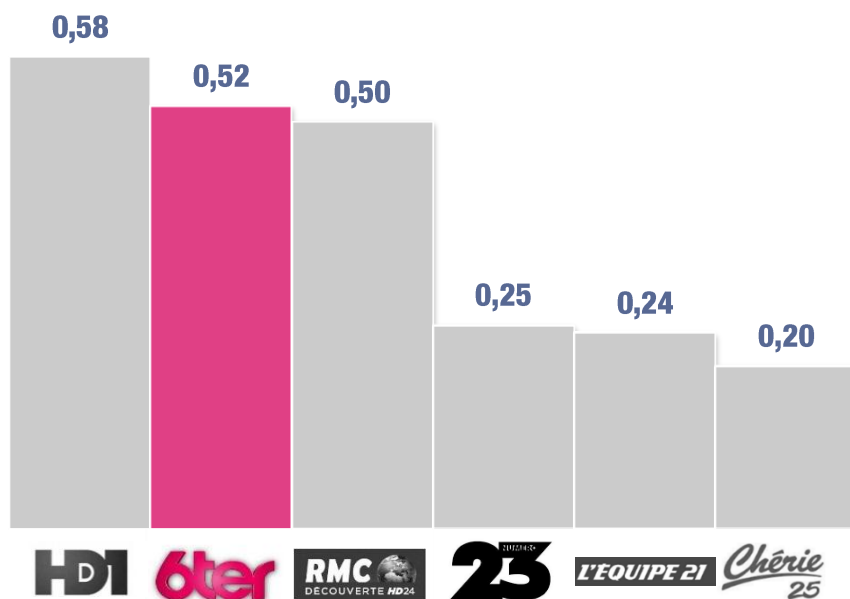


TÉLÉVISION – Audiences TNT

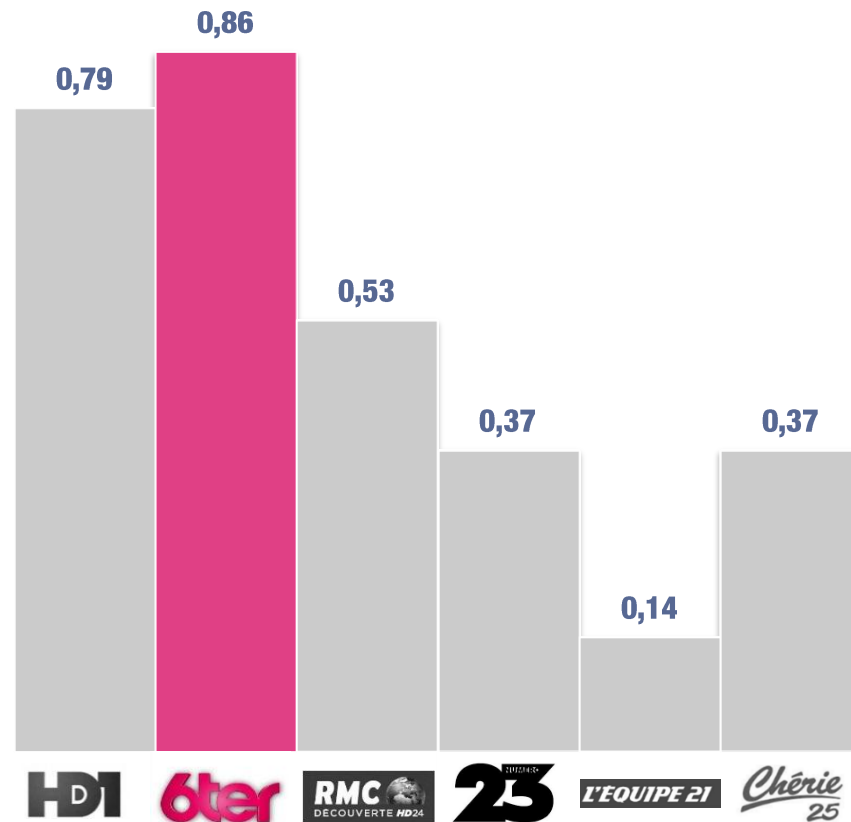
6ter leader auprès des M<50 sur l'année 2013



Part d'audience 4+ (%)



Part d'audience M<50 (%)



TÉLÉVISION

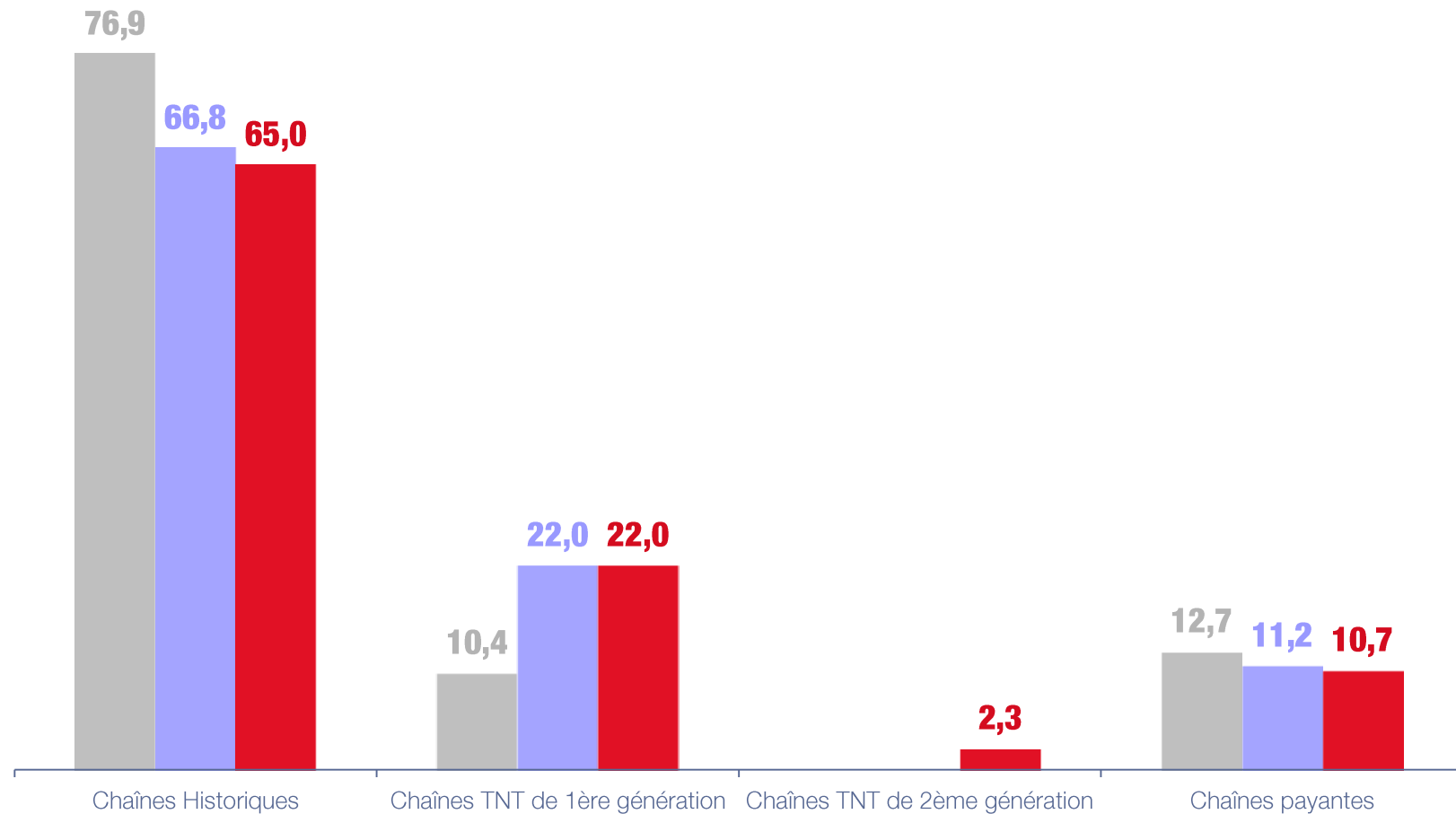
Audiences Cab Sat

TÉLÉVISION – Audiences



En 5 ans, les chaînes TNT ont autant pénalisé les chaînes historiques que les chaînes payantes

2008
2012
2013



TÉLÉVISION – Audiences Cab Sat

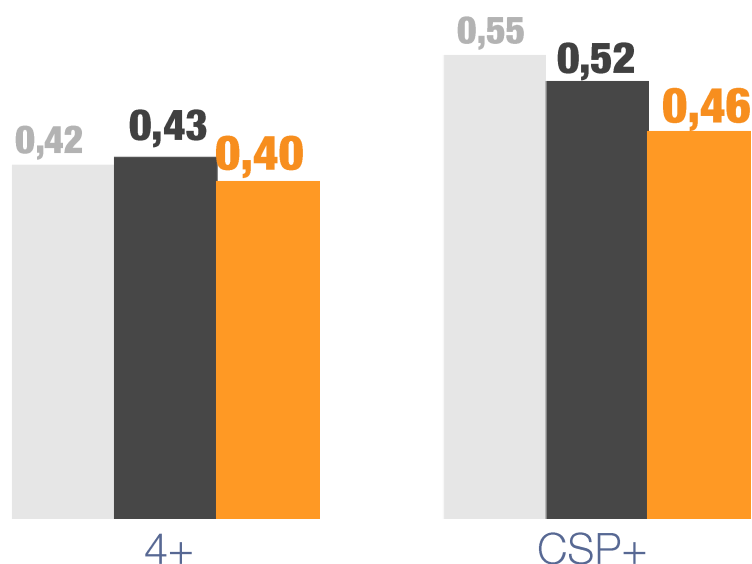
PARIS
PREMIERE

PARIS PREMIERE maintient de solides performances en 2013

2011
2012
2013

Parts d'audiences nationales
(hors été)

Initialisation :
32% des foyers équipés TV



Classements

4ÈME CHAÎNE PAYANTE

auprès de l'ensemble du public
(2ème généraliste)

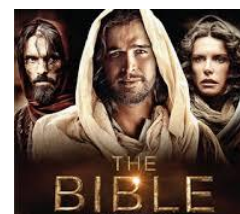
2ÈME CHAÎNE PAYANTE

auprès des CSP+

Programmes

**LA REVUE
DE PRESSE**

ZEMMOUR
&
NAULLEAU



TÉLÉVISION – Audiences Cab Sat

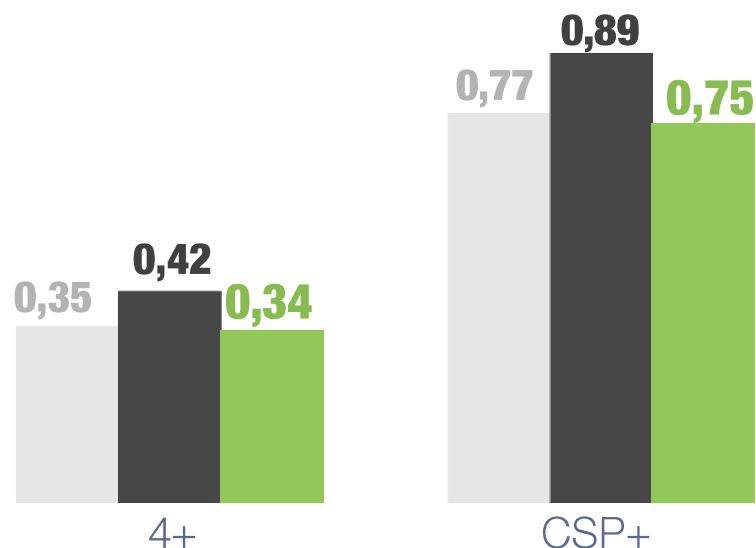
téva

TEVA confirme son net leadership auprès des M<50
parmi les chaînes payantes

2011
2012
2013

Parts d'audiences nationales
(hors été)

Initialisation :
40% des foyers équipés TV



Classements

6^{ÈME} CHAÎNE PAYANTE

auprès de l'ensemble du public
(4^{ème} généraliste)

LEADER DES CHAÎNES PAYANTES

auprès des M<50

Programmes



TÉLÉVISION

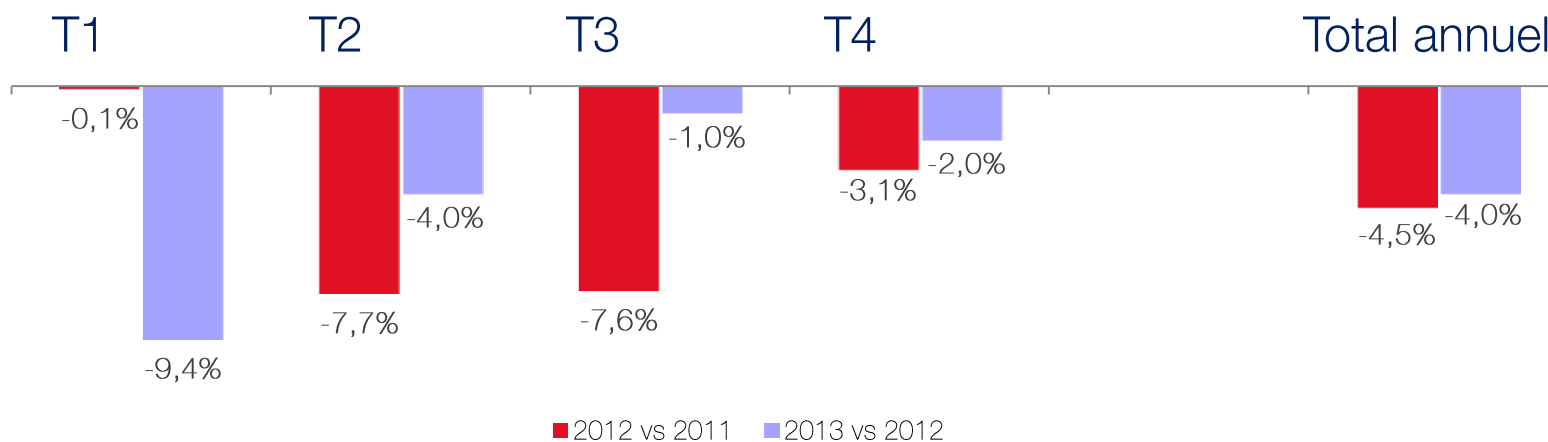
Marché Publicitaire

TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

Le marché publicitaire TV net reste en décroissance d'environ -4% en 2013



Evolution du marché publicitaire net par trimestre
En %

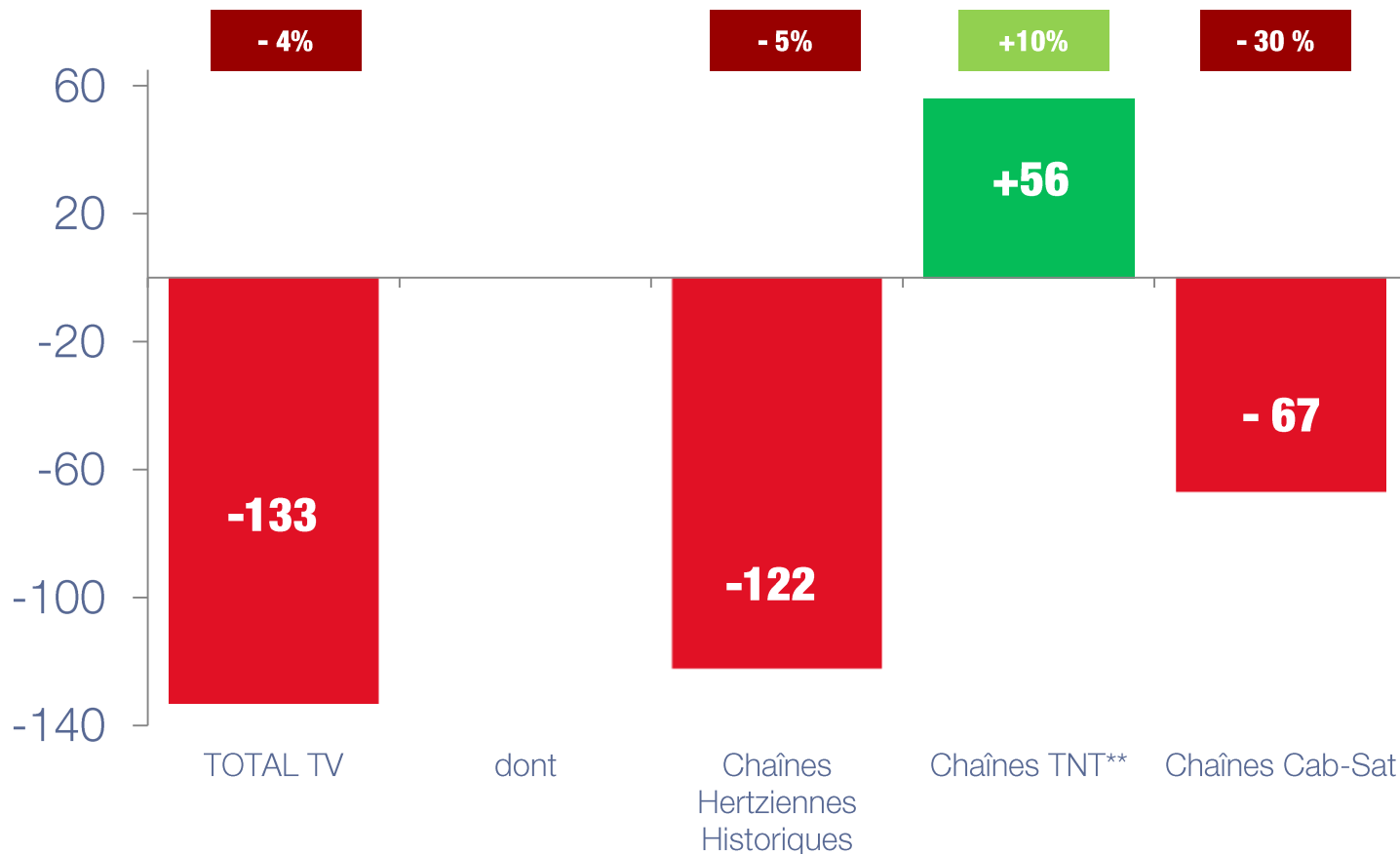


TÉLÉVISION – Marché Publicitaire



Dans un marché publicitaire TV en baisse en 2013, les chaînes TNT ont pris des points de parts de marché aux chaînes Cab-Sat

Variation nette du marché publicitaire 2013 vs 2012 par Univers
En M€*



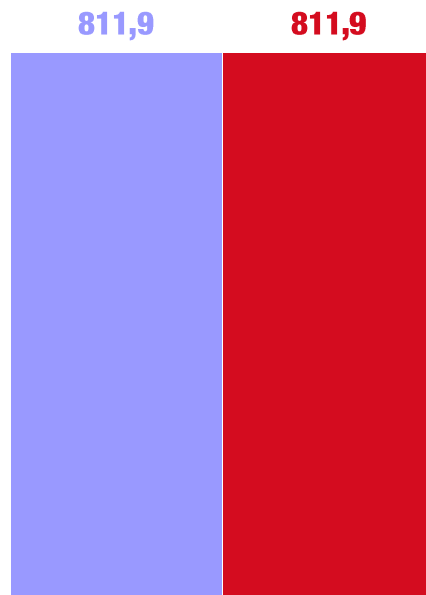
TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

Dans un contexte difficile, le Chiffre d'affaires publicitaire net du Groupe M6 est stable en 2013

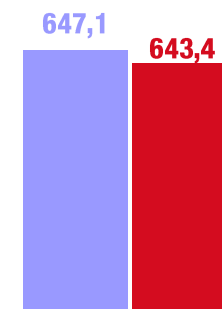


2012
2013

Chiffre d'Affaires
publicitaire net
du Groupe M6
En M€



- 0,6%



Autres activités

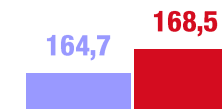
W9

6ter

Internet



+ 2,3%



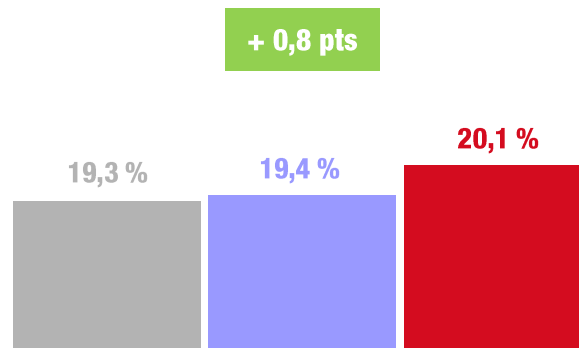
TÉLÉVISION – Marché Publicitaire



La part de marché publicitaire TV nette de la chaîne M6 est en hausse en 2013 et atteint son plus haut niveau historique

2011
2012
2013

Evolution de la part de marché publicitaire TV nette de la chaîne M6 depuis 2011
En %



Plusieurs facteurs expliquent cette hausse de la part de marché nette de M6 dans un contexte de bonnes audiences 2012 :

- Les surperformances de part de marché auprès des grands comptes
- La conquête de nouveaux clients
- Le dynamisme commercial (*notamment au travers d'offres commerciales, ventes flash, 100% marques...*)

TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

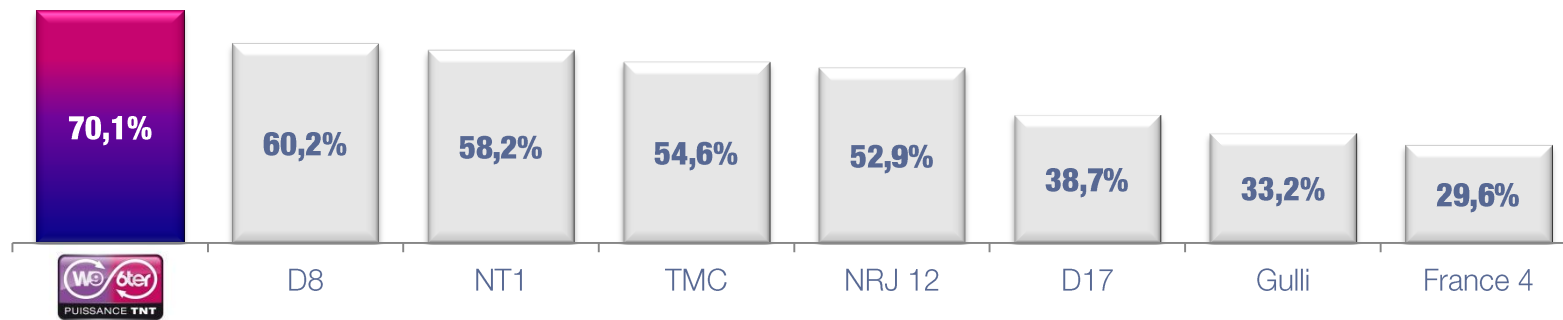
Puissance TNT, l'innovation commerciale majeure sur le marché publicitaire en 2014, est l'offre leader de la TNT



1 support publicitaire unique avec des écrans synchronisés à la seconde sur W9 et 6ter

- = Une plus grande simplicité dans l'achat media
- = L'offre publicitaire leader de la TNT
- = Plus de puissance instantanée et une couverture élargie des cibles publicitaires

Couverture des écrans publicitaires auprès des Ménagères < 50 ans
En % - du 06/01 au 02/02/2014



➡ **Déjà plus de 300 marques ont fait confiance à ce nouveau support publicitaire en 2014**

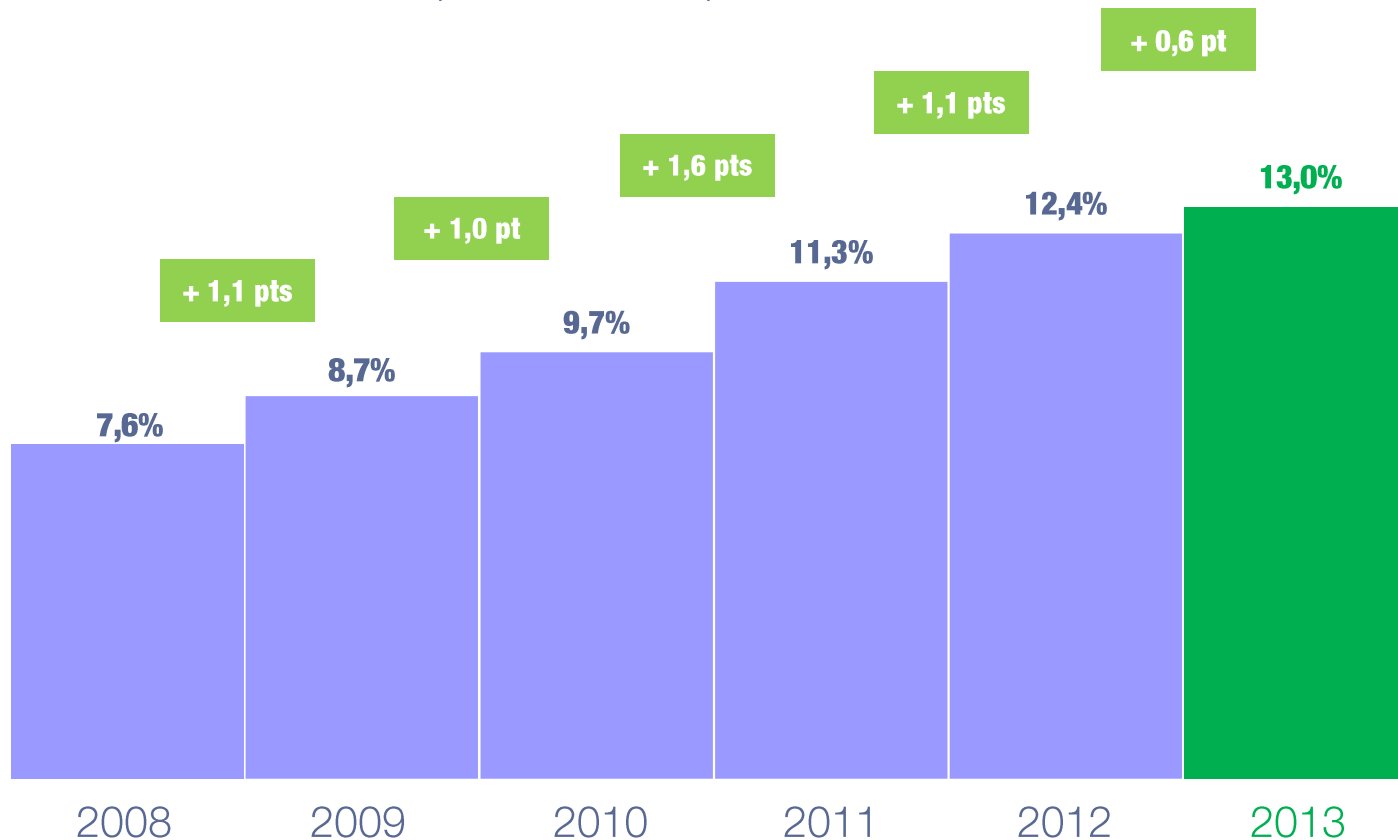
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

2008 - 2013 : Progression de la rentabilité des activités de diversification



Evolution de la marge opérationnelle des activités de diversifications et droits audiovisuels (hors F.C.G.B)



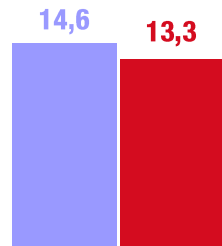
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

M6 Interactions capitalise sur ses succès



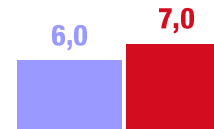
2012 Chiffre d'affaires (en M€)
2013

- 8,9%



EBITA (en M€)

+ 15,8%

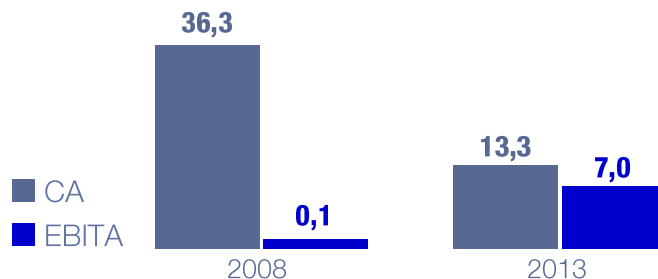


Marge

+ 11,2 pts

Éléments Clés

Sur 5 ans, le recentrage de l'activité a entraîné une nette amélioration de la rentabilité



Musique

vol. 1 : 250 000 ex. vendus en 2013
(700 000 depuis sa sortie)
vol. 2 : 250 000 ex. vendus



170 000 albums vendus
500 000 spectateurs

Spectacles

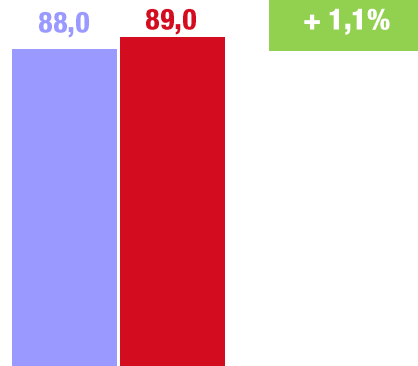


DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

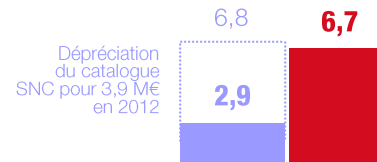
Droits Audiovisuels : une marge en nette progression



2012 Chiffre d'affaires (en M€)
2013



EBITA (en M€)



Marge

7,5 %

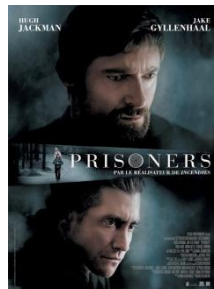
Éléments Clés

Gains de parts de marché grâce à un solide line up

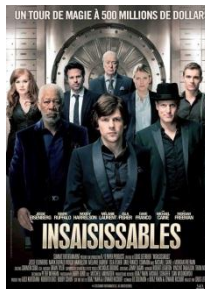
800 000 entrées



1,1 M d'entrées



3 M d'entrées



600 000 ex. vendus



Coproduction

5M€ de CA à l'international

Diversification des revenus grâce au développement d'activités de coproduction



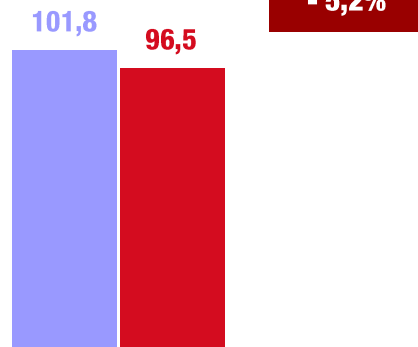
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

M6 Web dans une phase d'investissement

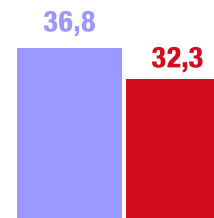


2012
2013

Chiffre d'affaires (en M€)



EBITA (en M€)



Marge

33,5 %

Éléments Clés

M6 Mobile



2,8M de clients
à fin décembre 2013
(vs. 2,4M fin 2012)

Nouveaux médias chaînes



12 M
d'applications téléchargées
depuis le lancement
en novembre 2013

Diversifications



Développement de vidéos
spécifiquement pour le Web

DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

M6 Web développe une stratégie innovante



12,1 M

De visiteurs uniques par mois
sur l'ensemble des sites du groupe

6play

12 M

d'applications téléchargées



1 000 heures

de contenus disponibles par mois
sur les sites du Groupe

2M de vidéos vues par jour

sur les sites du Groupe en 2013

150 Emissions enrichies

Chaque mois



**900 000
abonnés**



**500 000
fans**

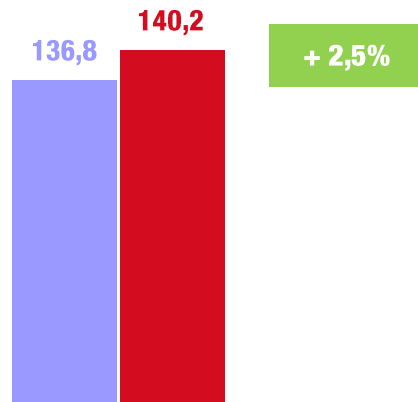


DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

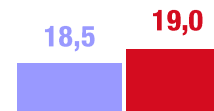
Pôle Ventadis activités poursuivies : bonne tenue des marges



2012 Chiffre d'affaires (en M€)
2013



EBITA (en M€)



+ 2,8%

Marge

+ 0,1 pt

13,6 %

Éléments Clés



Activité stable en 2013

Amélioration de la rentabilité grâce à un meilleur mix produit



+30% de chiffre d'affaires

1M de produits vendus en 2013



Acquisition en juillet 2013

Stratégie d'investissement dans des niches de marché

Incidences de la cession de Mistergooddeal sur les comptes du Groupe M6

Dans les comptes au 31 décembre 2013, en application de la norme IFRS 5, les activités de Mistergooddeal sont présentées comme des activités en cours de cession.

Le tableau ci-dessous détaille les retraitements effectués :

		PRÉSENTATION STAND ALONE	COMPTES PUBLIÉS 31.12.2013 [IFRS 5]
CA		121,2 M€	-
EBITA		-5,3 M€	-
RÉSULTAT DES ACTIVITÉS NON POURSUIVIES	Perte opérationnelle nette d'impôts	-	-4,0 M€
	Moins-value de cession nette d'impôts	-	-14,7 M€
RÉSULTAT NET		-4,0 M€	-18,7 M€

* Les résultats de Mistergooddeal, filiale en cours de cession, sont intégrés dans l'EBITA consolidé dans la présentation afin de faire ressortir les performances économiques du Groupe M6. Seule la dépréciation des actifs en cours de cession est présentée en charge opérationnelle liées au regroupement d'entreprises.

DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS



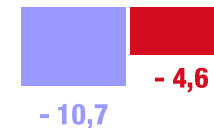
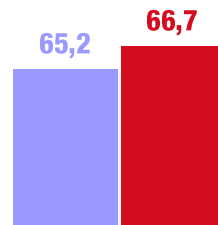
F.C.G.B : Réduction du déficit malgré l'augmentation de la fiscalité
(taxe à 75%)

2012
2013

Chiffre d'affaires (en M€)

EBITA (en M€)

+ 2,4%



Éléments Clés



2011/2012

2012/2013

2013/2014

5ème

7ème

9ème
(au 17/02/2014)



Non qualifié

Participation aux
1/8e de finale

Participation aux
phases de poules



Participation aux
1/8e de finale

Victoire

Participation aux 1/16e
de finale

COMPTES

Etat du résultat global consolidé économique simplifié au 31 décembre 2013



Etat du résultat global consolidé simplifié (en M€)			
Version économique			
Groupe M6			
	31 décembre 2012	31 décembre 2013	Variation 2013 / 2012 (M€)
Chiffre d'affaires	1 386,6	1 382,8	(3,8)
Autres produits opérationnels	7,8	14,6	6,9
Total des produits opérationnels	1 394,4	1 397,5	3,1
Consommations et autres charges opérationnelles	(750,9)	(758,4)	(7,5)
Charges de personnel (yc participation)	(252,6)	(259,6)	(7,0)
Impôts, taxes, versements assimilés	(61,2)	(59,6)	1,6
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(111,2)	(113,7)	(2,5)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	218,5	206,2	(12,3)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(12,5)	(16,9)	(4,3)
Résultat Opérationnel [EBIT]	206,0	189,4	(16,6)
Résultat financier	24,4	17,7	(6,7)
Part du résultat dans les sociétés associées	0,0	(0,0)	(0,0)
Résultat courant avant impôt	230,4	207,0	(23,3)
Impôt sur le résultat	(90,2)	(94,9)	(4,7)
Résultat net des activités poursuivies	140,2	112,1	(28,1)
Résultat net de la période	140,2	112,1	(28,1)

En M€

Bilan consolidé simplifié version économique

Groupe M6	31 décembre 2012	31 décembre 2013	Variation 2013 / 2012 (M€)
Goodwill	66,8	63,4	(3,4)
Actif non courant	298,8	292,1	(6,7)
Actif courant	644,7	604,0	(40,7)
Trésorerie	315,6	292,1	(23,5)
TOTAL ACTIF	1 325,9	1 251,7	(74,3)
Capitaux propres part du groupe	687,6	571,7	(115,9)
Intérêts non-contrôlants	0,2	0,3	0,1
Passif non courant	11,7	10,7	(0,9)
Passif courant	626,4	668,9	42,5
TOTAL PASSIF	1 325,9	1 251,7	(74,3)

Tableau de flux de trésorerie économique au 31 décembre 2013

	31/12/2012	31/12/2013	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	317,7	322,9	5,2
Variation de BFR d'exploitation	11,9	50,1	38,1
Impôt	(88,5)	(82,2)	6,3
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	241,2	290,7	49,5
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(90,5)	(80,3)	10,2
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(112,7)</i>	<i>(91,3)</i>	<i>21,4</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>22,2</i>	<i>11,0</i>	<i>(11,2)</i>
Flux de trésorerie des activités de financement	(163,7)	(233,5)	(69,9)
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(143,7)</i>	<i>(232,6)</i>	<i>(88,8)</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>(20,0)</i>	<i>(1,0)</i>	<i>19,0</i>
Effet des écarts de conversion de trésorerie	(0,0)	(0,4)	(0,3)
Variation globale de trésorerie	(13,0)	(23,5)	
Trésorerie à l'ouverture	328,6	315,6	(13,0)
Trésorerie à la clôture	315,6	292,1	(23,5)
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>317,5</i>	<i>292,6</i>	<i>(24,9)</i>

En M€ sauf données en %

2011

2012

2013

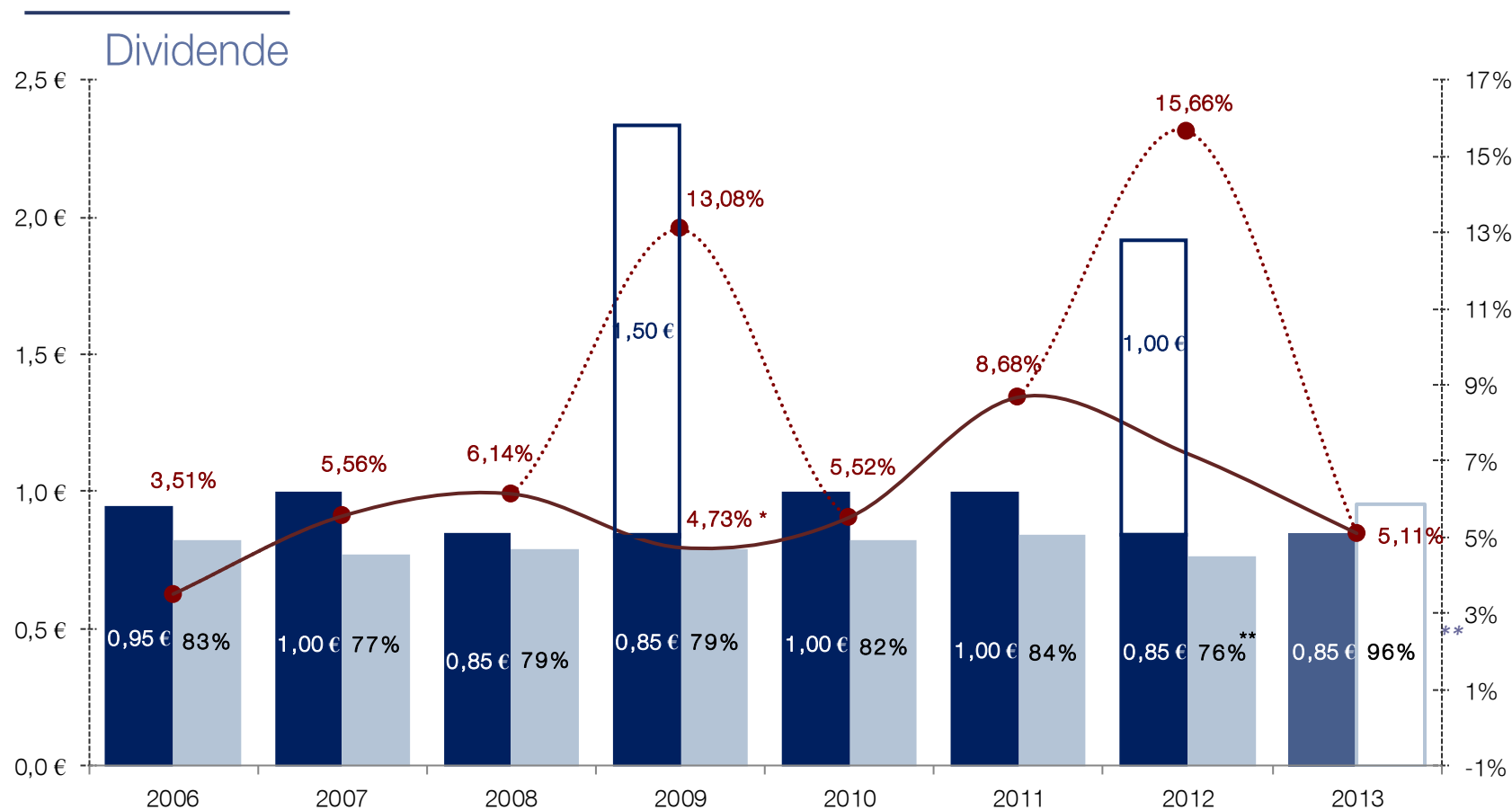
Profitabilité / Cash-Flows

Résultat Opérationnel Courant (EBITA)	245,0	218,5	206,2
Free Cash Flows (FCF)	228,9	214,4	281,5
FCF hors investissements de croissance	236,6	217,0	281,6
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	17,2%	15,8%	14,9%
Cash Conversion Ratio ajusté	96,6%	99,3%	136,6%
Marge Nette (Res. Net / CA)	10,5%	10,1%	8,1%

Bilan

Capitaux employés	365,3	372,0	280,5
Trésorerie nette	329,4	317,5	292,6
Capitaux propres - part du Groupe	693,7	687,6	571,7

Maintien d'un dividende de 0,85€ par action et augmentation du taux de distribution à 96% du Résultat Net consolidé



* Taux de distribution hors dividende exceptionnel

** 79% hors Summit

— 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 sur l'année

Dividende ordinaire par action versé sur l'année

PERSPECTIVES

PERSPECTIVES

Challenges 2014



**CONSOLIDER LES AUDIENCES
DU GROUPE**



**CONSTITUER L'OFFRE
LEADER DE LA TNT**



**ACCÉLÉRER
LES DIVERSIFICATIONS**



**ÉLARGIR LE PORTEFEUILLE
DE CHÂÎNES GRATUITES**



**POURSUIVRE LE DEVELOPPEMENT
DES MARQUES DÉLINÉARISÉES**



ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé GROUPE M6



<i>En M€</i>	31/12/2013	31/12/2012	Variation 2012 / 2013	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	643,4	647,1	(3,7)	-0,6%
Chiffre d'affaires - autres activités	21,4	16,9	4,5	26,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	144,8	142,5	2,3	1,6%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	190,8	186,1	4,7	2,5%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	9,1	30,9	(21,9)	-70,7%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	526,9	536,3	(9,4)	-1,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	55,1	47,8	7,3	15,2%
Autre chiffre d'affaires	0,4	0,2	0,2	84,7%
Eliminations et résultats non affectés	(2,7)	(2,7)	0,0	-1,3%
Chiffre d'affaires consolidé	1 382,8	1 386,6	(3,8)	-0,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé	206,2	218,5	(12,3)	-5,6%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(16,9)	(12,5)	(4,3)	34,5%
Résultat de cession de filiales et participations	-	-	-	
Résultat opérationnel (EBIT) consolidé	189,4	206,0	(16,6)	-8,1%
Résultat financier	17,7	24,4	(6,7)	-27,5%
Part dans les sociétés mises en équivalence	(0,0)	0,0	(0,0)	-1250,1%
Résultat "courant" (EBT) consolidé	207,0	230,4	(23,3)	-10,1%
Impôt sur le résultat	(94,9)	(90,2)	(4,7)	5,3%
Résultat net	112,1	140,2	(28,1)	-20,0%
Attribuable aux intérêts minoritaires	(0,1)	(0,0)	(0,0)	0,5
Résultat de la période attribuable au Groupe	112,0	140,2	(28,1)	-20,1%

Détail des contributions des segments Antenne M6



<i>En M€</i>	31/12/2013			31/12/2012			Variation 2012 / 2013		
	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 *	732,3	644,8	140,1	735,6	649,8	138,2	(3,4)	(5,0)	1,9
Filiales de production audiovisuelle et cinématographique	107,2	20,0	4,7	102,0	14,2	4,4	5,2	5,8	0,4
Eliminations intra-segment	127,0	-	-	(131,6)	-	-	258,6	-	-
Total Antenne M6	966,5	664,8	144,8	706,1	664,0	142,5	260,4	0,8	2,3

y.c. M6 Publicité (Régie)

Présentation analytique des contributions des segments Antenne M6



<i>En M€</i>	31/12/2013	31/12/2012	Variation 2012/2013	
			En M€	En %
Recettes Publicitaires- Hors-Groupe	643,4	647,1	(3,7)	-0,6%
Recettes Publicitaires - Groupe	9,8	10,5	(0,7)	-6,8%
Coût de la régie - quote-part M6, taxes et droits d'auteurs, coût de diffusion	(113,2)	(112,4)	(0,7)	0,6%
Recettes nettes diffuseurs	540,0	545,2	(5,2)	-1,0%
Coût de la grille	(342,8)	(346,9)	4,1	-1,2%
Marge Brute de la grille	197,2	198,3	(1,1)	-0,5%
En %	36,5%	36,4%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(68,5)	(72,3)	3,8	-5,2%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	11,4	12,1	(0,8)	-6,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	4,7	4,4	0,4	8,2%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	144,8	142,5	2,3	1,6%

Détail des contributions des segments



Chaînes numériques

En M€	Chiffre d'affaires total	31/12/2013	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	31/12/2012	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Variation 2012/2013		
		Chiffre d'affaires hors Groupe			Chiffre d'affaires hors Groupe		Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Total Chaînes Numériques	196,2	190,8	9,1	190,3	186,1	30,9	5,9	4,7	(21,9)

Diversifications et droits audiovisuels

En M€	Chiffre d'affaires total	31/12/2013	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	31/12/2012	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Variation 2012/2013		
		Chiffre d'affaires hors Groupe			Chiffre d'affaires hors Groupe		Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Droits audiovisuels	97,7	89,0	6,7	105,5	88,0	2,9	(7,8)	1,0	3,8
Pôle Interactions	16,3	13,3	7,0	17,7	14,6	6,0	(1,4)	(1,3)	0,9
Pôle Ventadis	267,9	261,4	13,7	273,7	266,7	12,9	(5,8)	(5,3)	0,8
M6 Web	99,4	96,5	32,3	104,3	101,8	36,8	(4,9)	(5,3)	(4,5)
FCGB	67,2	66,7	(4,6)	65,7	65,2	(10,7)	1,5	1,5	6,2
Eliminations intra-segment	(11,3)	-	-	(12,9)	-	-	1,6	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	537,2	526,9	55,1	554,0	536,3	47,8	(26,5)	(14,8)	5,4

QUESTIONS & RÉPONSES