

23 FÉVRIER 2016

PRÉSENTATION
DES RÉSULTATS ANNUELS 2015



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.

Toutes les références 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 2015

GROUPE M6

1. INTRODUCTION

2. TÉLÉVISION

3. PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

4. DIVERSIFICATIONS

5. COMPTES

6. PERSPECTIVES

7. ANNEXES



INTRODUCTION

INTRODUCTION

PERTINENCE DU MODÈLE STRATÉGIQUE DU GROUPE

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS

Sécuriser
l'approvisionnement
de nos antennes en
remontant la chaîne
de valeur



DIFFUSION DE CONTENUS

Au cœur de notre métier :
nos antennes



ACTIVITÉS DIGITALES

Tester et se positionner
sur les nouveaux usages



DIVERSIFICATIONS

Optimiser la valeur créée par nos antennes



INTRODUCTION

L'ADN DU GROUPE



GROUPE

ADAPTABILITÉ

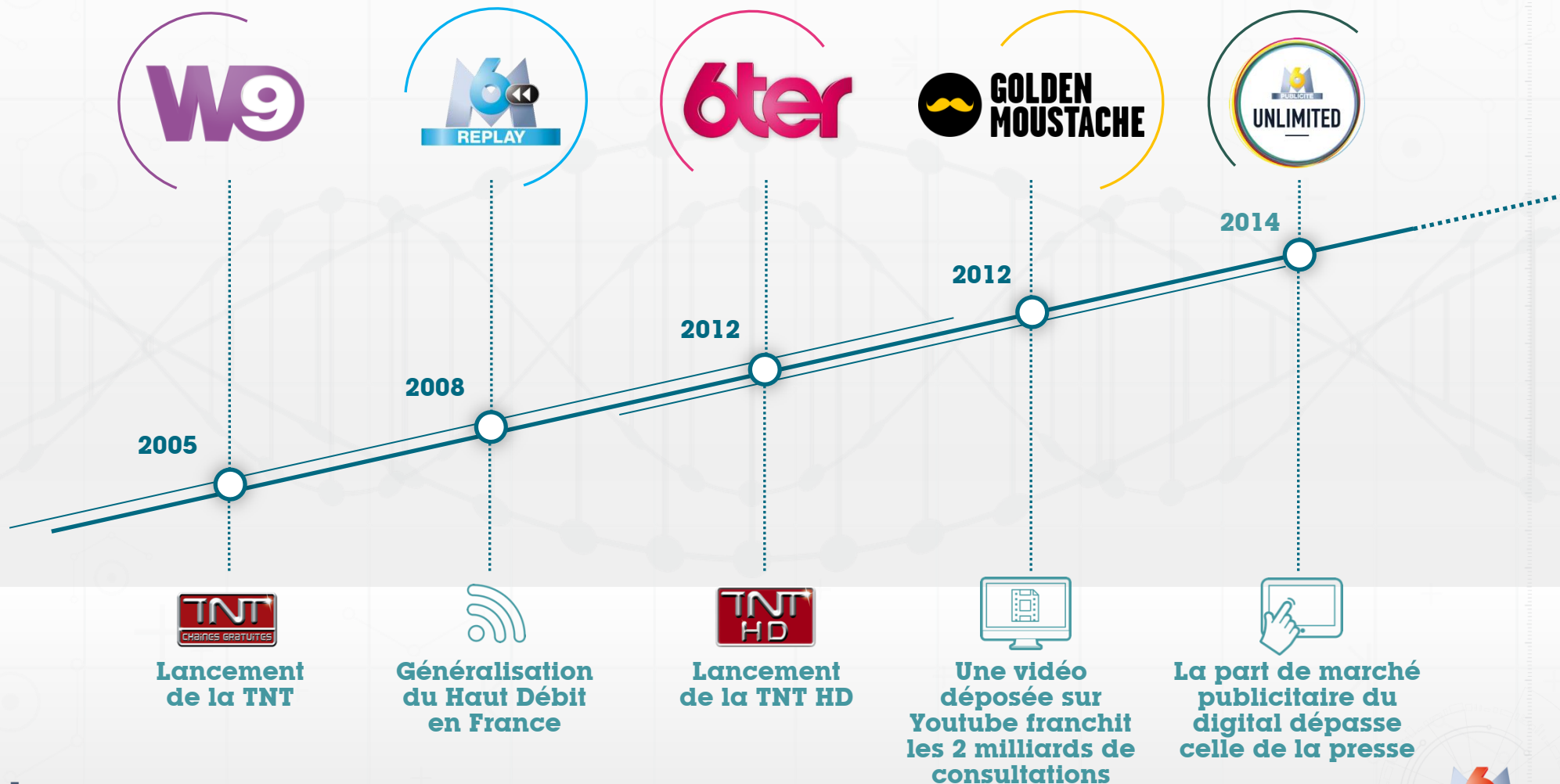


INNOVATION



**DISCIPLINE
FINANCIÈRE**





En 2015...



**INNOVATIONS
PROGRAMMES**



THE ISLAND
SEULS AU MONDE

</scorpion>

LA POSTE
Histoire de France

STORAGE WARS
FRANCE
ENCHÈRES SURPRISES



**INNOVATIONS
PUBLICITAIRES**

ADaptive



SMART 6TEM

**Météo
planning**



Mid-breaks



**M6
Exchange**



**INNOVATIONS
TECHNOLOGIQUES**

Réalité augmentée



6play

EBITA du Groupe (en M€)

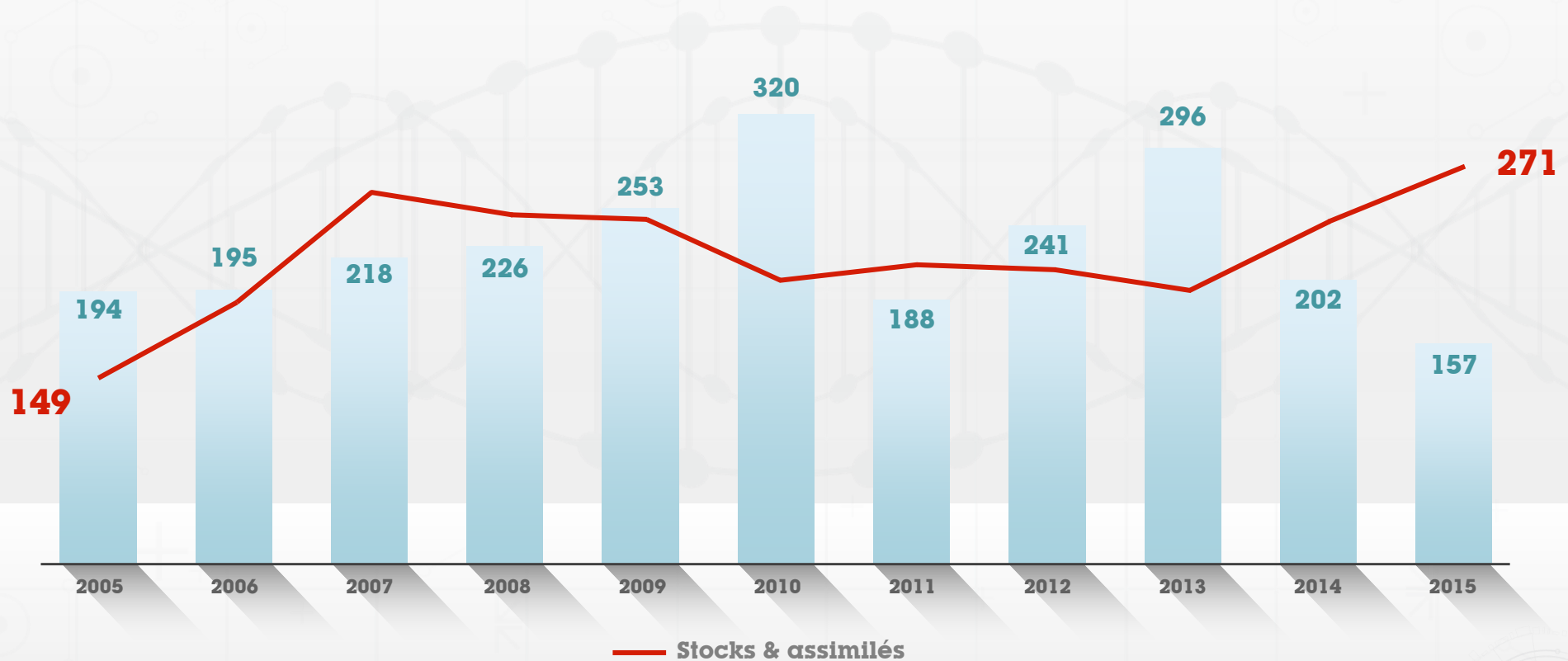


Rentabilité opérationnelle du pôle TV



UNE CROISSANCE AUTOFINANCÉE ET UNE SÉCURISATION DES APPROVISIONNEMENTS

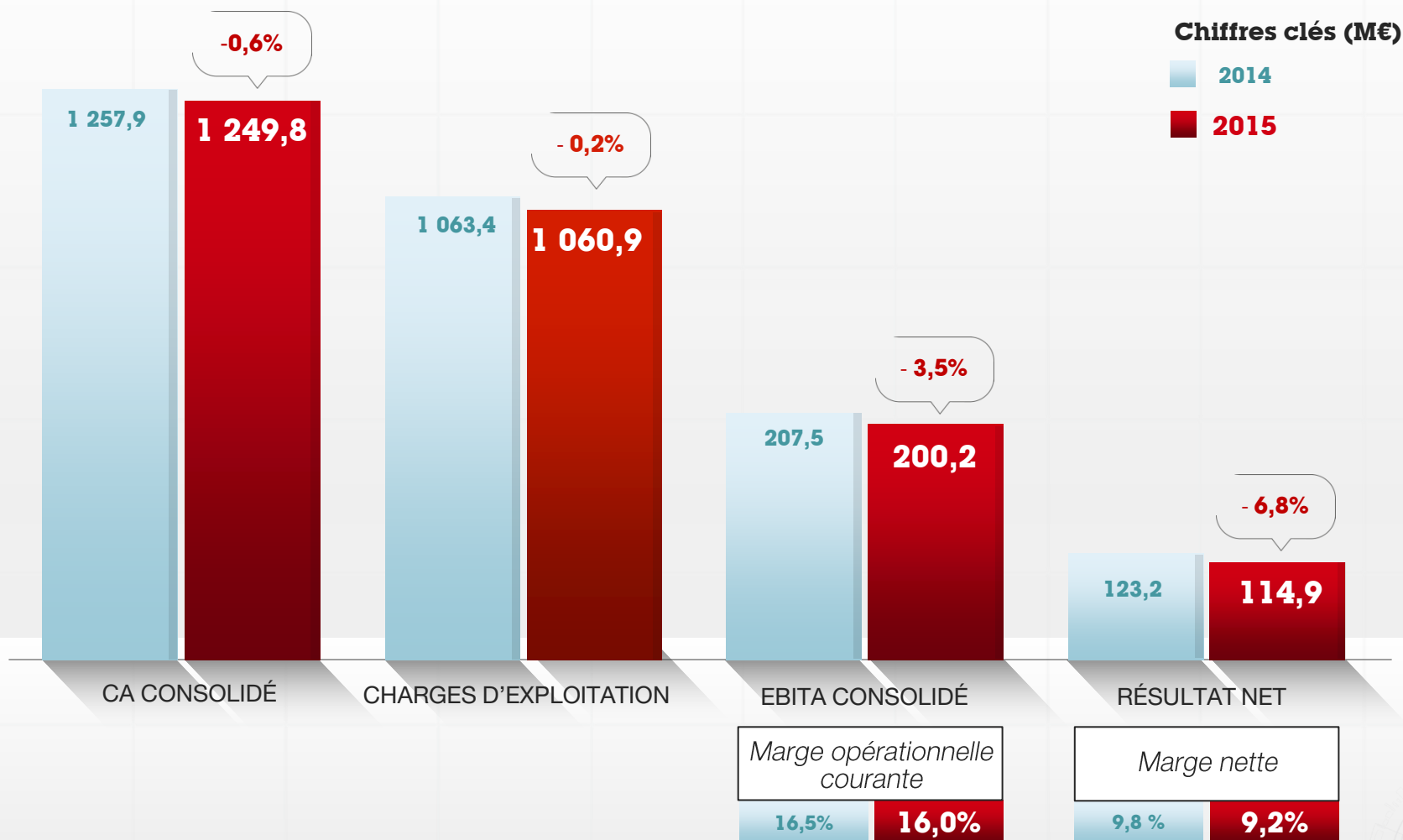
Flux de trésorerie des activités opérationnelles (en M€)



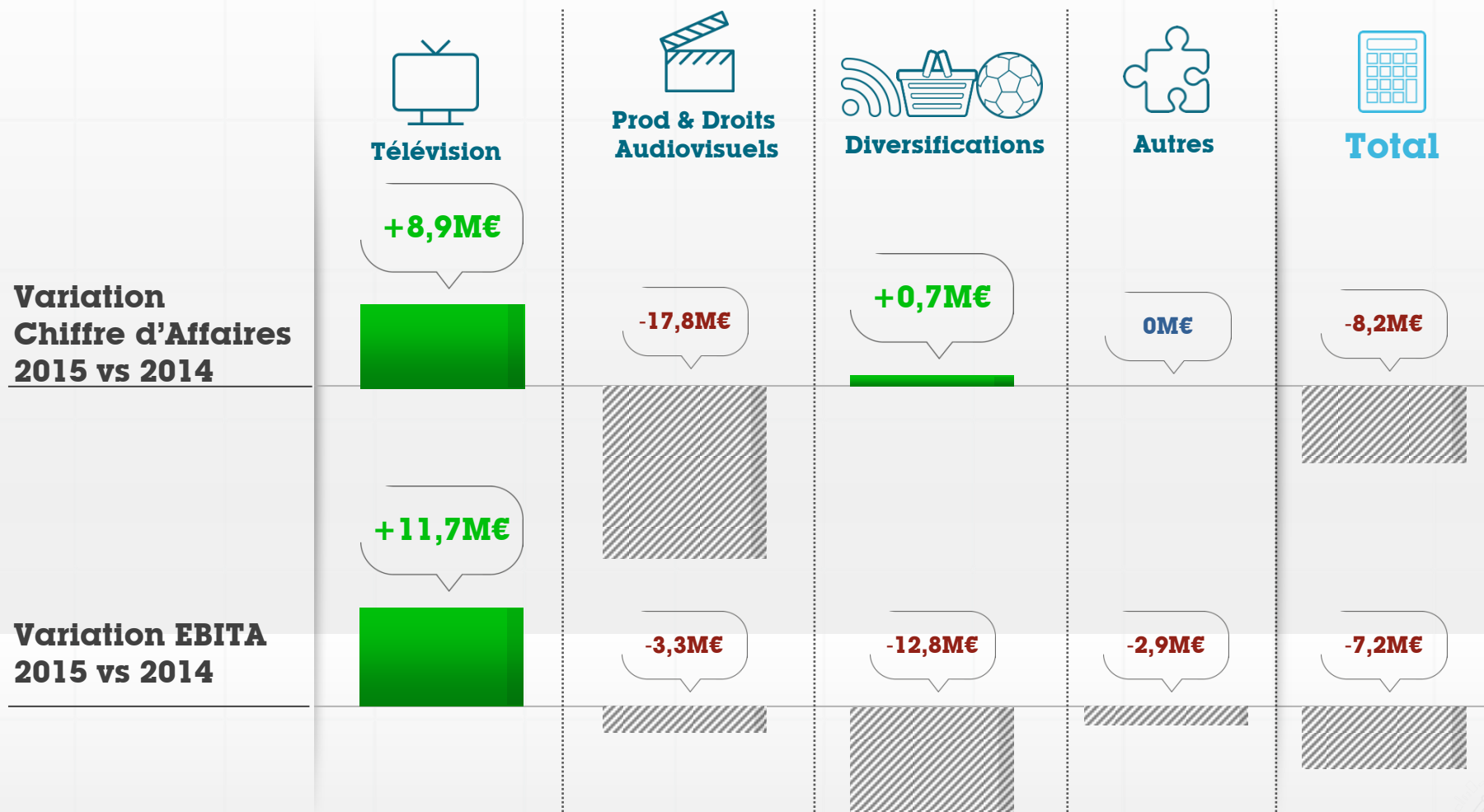
A group of seven young adults are gathered together, cheering and celebrating. They are all smiling and have their fists raised in the air. The group consists of four women and three men, dressed in casual, trendy clothing. The background is a bright, modern interior with large windows and light-colored walls. A semi-transparent blue banner is overlaid across the bottom of the image, containing the text 'CHIFFRES CLÉS 2015'.

CHIFFRES CLÉS 2015

DES PERFORMANCES SOLIDES



UNE ACTIVITÉ TV PERFORMANTE



TÉLÉVISION

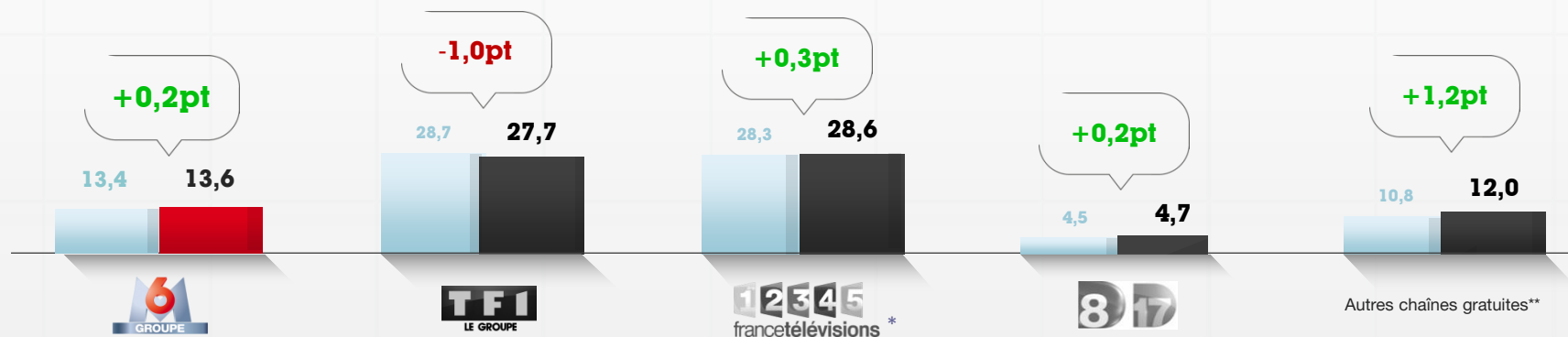


LE GROUPE M6 PROGRESSE EN 2015

AUDIENCES CHÂÎNES GRATUITES

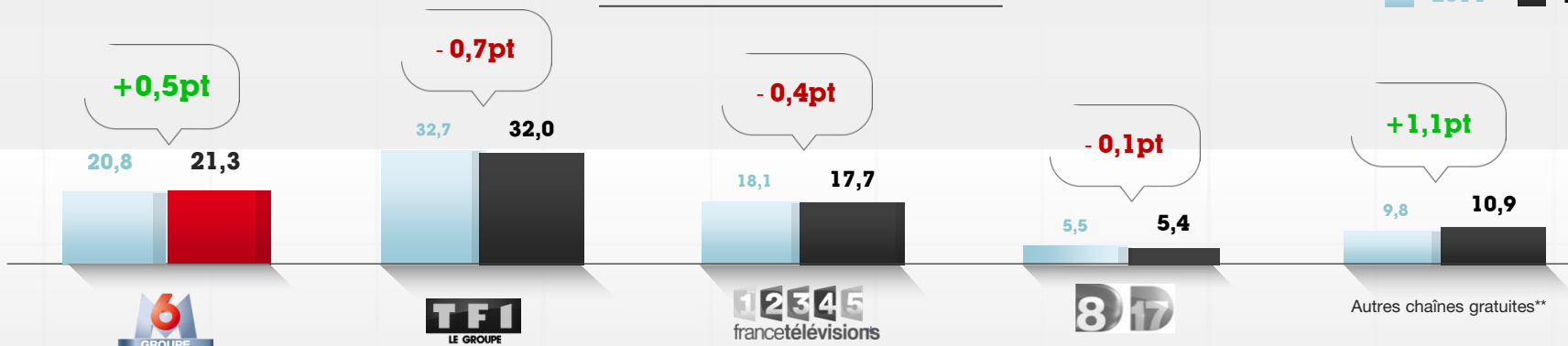
Part d'audience 4+ (%)

2014 2015

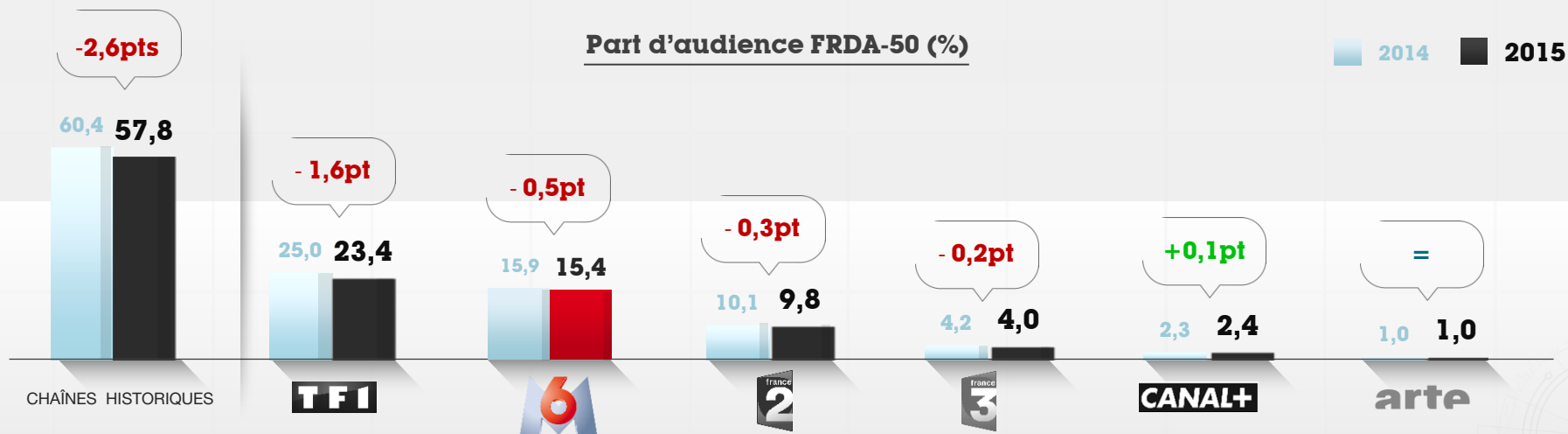
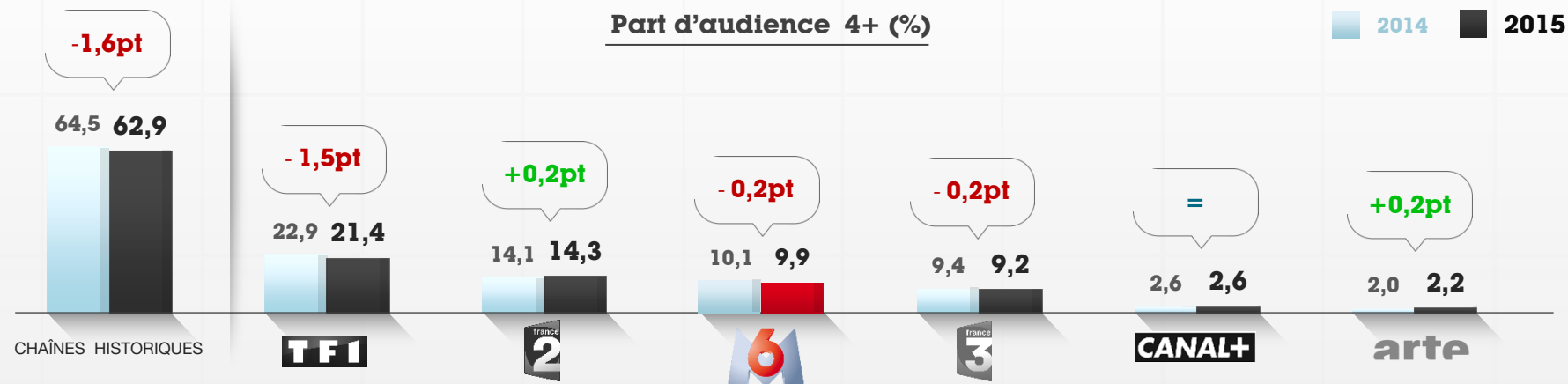


Part d'audience FRDA-50 (%)

2014 2015



2015 : RÉSISTANCE DE LA CHAÎNE M6 DANS UN MARCHÉ QUI SE FRAGMENTE ENCORE



2015 : M6 CONFORTE SON RANG DE 2^{ÈME} CHAÎNE AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS

Renouvellement
progressif de
l'Access



Des nouvelles
marques
de prime lancées avec succès

THE **ISLAND**
SEULS AU MONDE

</scorpion>

Progression pour
4 marques « historiques »



TOP CHEF



Les magazines de la vie
restent des **valeurs sûres**



Bonne santé
des **2 JT**

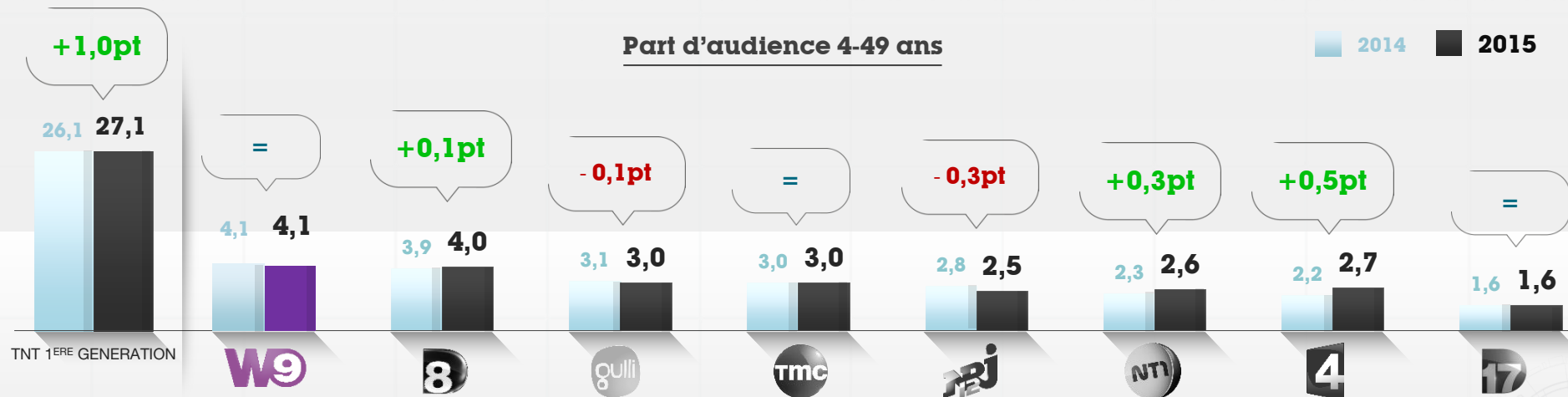
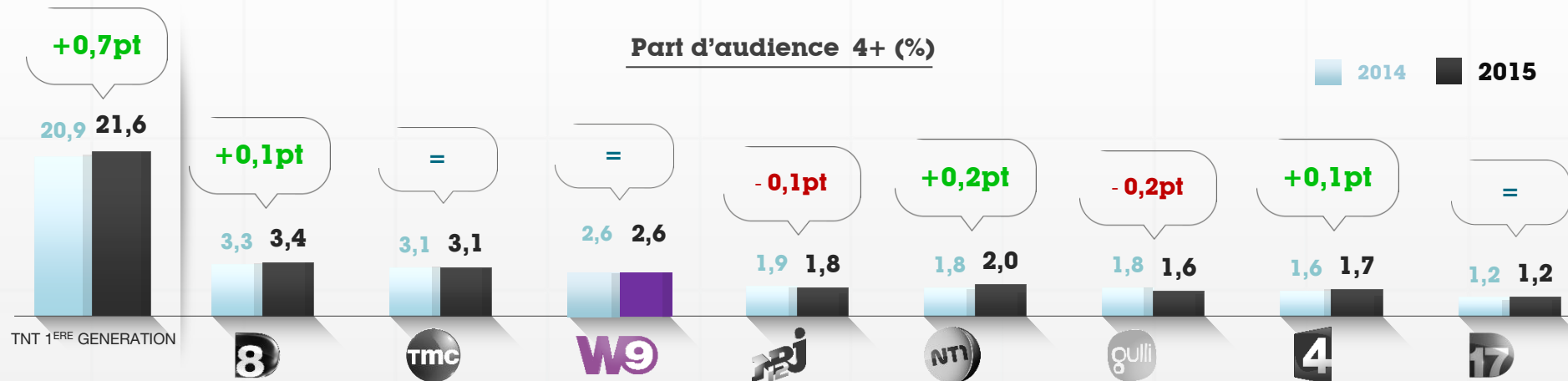


TÉLÉVISION
AUDIENCES TNT



GROUPE

W9 LEADER TNT AUPRÈS DE MOINS DE 50 ANS

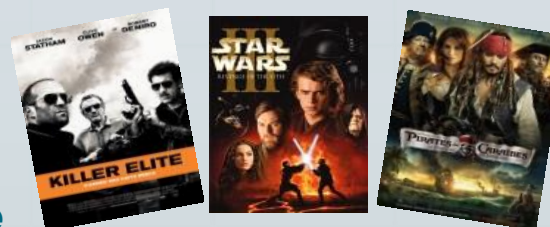


2015 : W9 RESTE LEADER TNT AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS ET PROGRESSE SIGNIFICATIVEMENT AUPRÈS DES FRDA-50

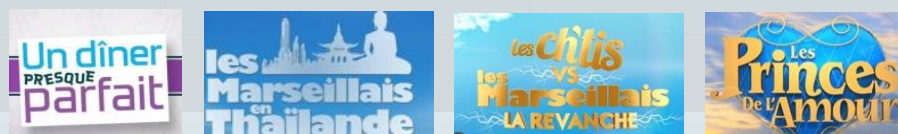
Large succès pour la **COUPE DU MONDE FEMININE DE FOOTBALL**



Puissance du **CINEMA**
1,0M
en moyenne



Bonne santé des **productions d'Access**

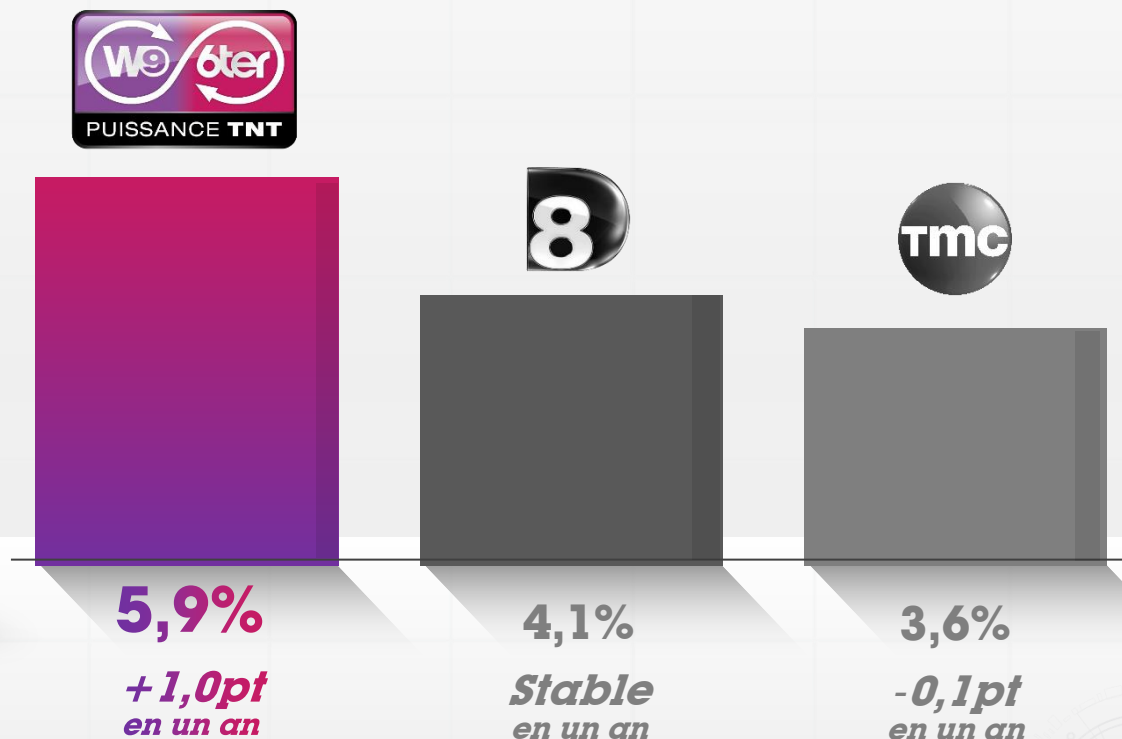


PUISSANCE TNT EST L'OFFRE LEADER DE LA TNT



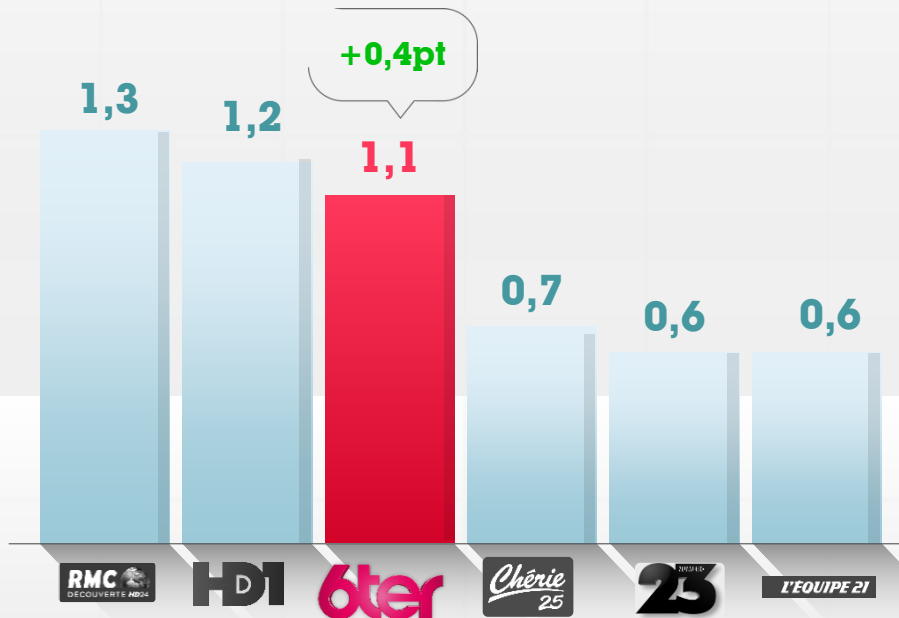
**l'offre publicitaire
leader de la TNT**

Audiences 2015 (FRDA-50)

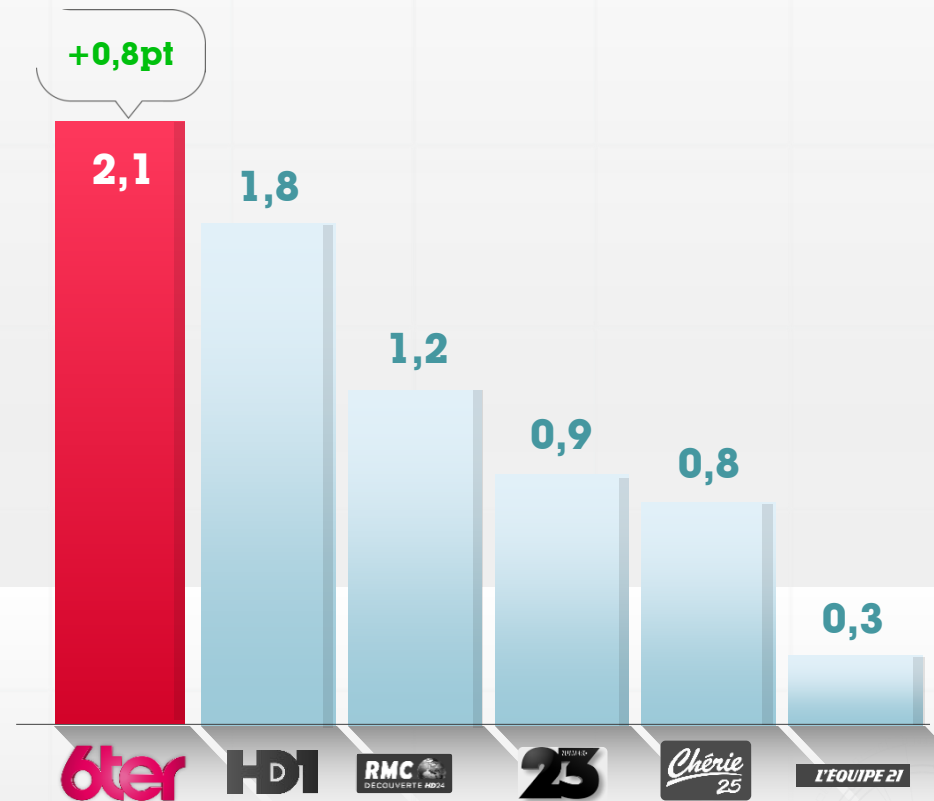


SUCCÈS DE 6TER EN 2015, 1^{ÈRE} CHAÎNE TNT HD SUR LA CIBLE COMMERCIALE

Pda des 6 nouvelles chaînes :
5,5% 4+



Pda des 6 nouvelles chaînes :
7,0% FRDA < 50



2015 : 6TER FAIT UNE TRÈS BELLE ANNÉE (+0,4 PT 4+)

**Un enchaînement matinée +
après-midi vertueux tout au long
de l'année**



**Succès de
STORAGE WARS US** 
au 1^{er} semestre 2015

Cinéma
carton des
blockbusters US
et des offres jeunesse



**Succès des
productions
originales**



TÉLÉVISION

AUDIENCES CAB SAT



PARIS PREMIÈRE ET TÉVA SE POSITIONNENT PARMI LES MEILLEURES CHÂÎNES PAYANTES, DANS UN CONTEXTE FORTEMENT CONCURRENTIEL



1^{ère} chaîne
payante auprès des FRDA-50

Parts d'audiences nationales
en 2015 (hors été)

4+

0,3%

FRDA -50

0,7%

PARIS
PREMIERE

Chaîne payante
la plus connue du grand public*

Parts d'audiences nationales
en 2015 (hors été)

4+

0,4%

CSP+

0,4%

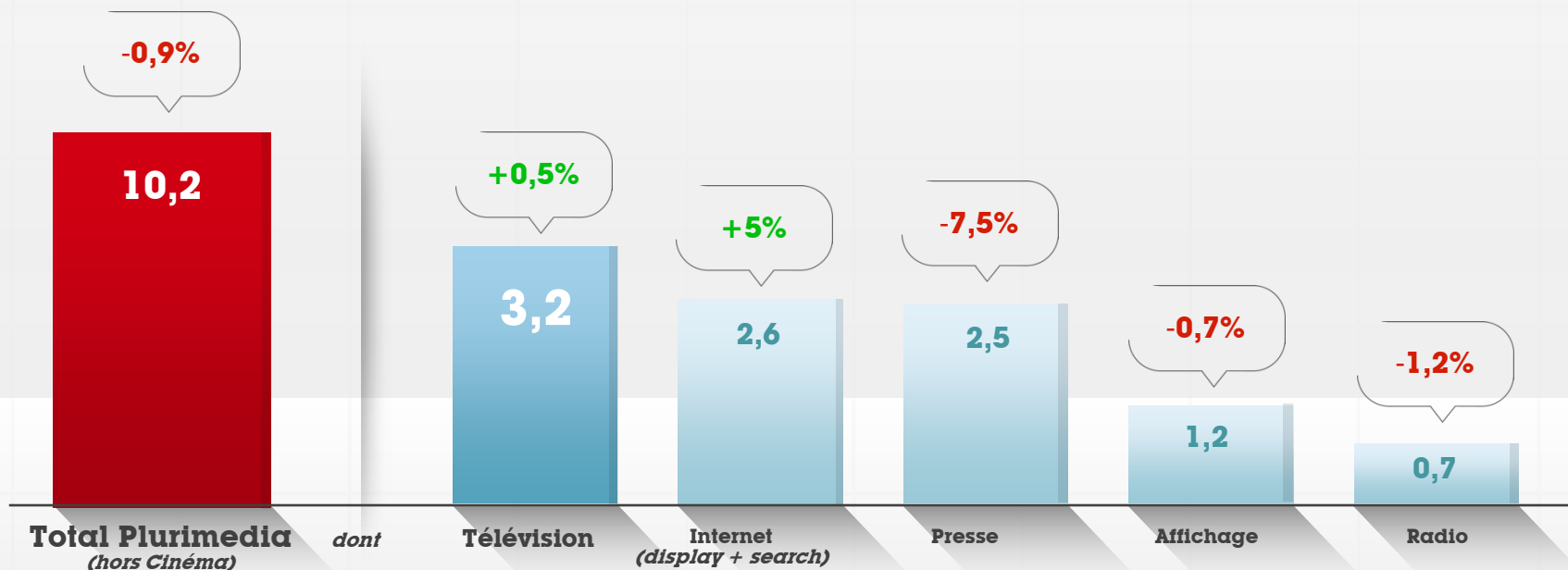
A photograph of two young women sitting on a couch, looking at a screen (not visible) with expressions of surprise and excitement. They have their hands pressed against their cheeks and wide-open mouths. The woman on the left has dark hair and is wearing a grey cardigan over a white shirt. The woman on the right has blonde hair and is wearing a white long-sleeved shirt. In the bottom left corner, a glass bowl filled with yellow snacks is partially visible. The background is dark and out of focus. The entire image has a blue tint and a grid pattern overlay.

TÉLÉVISION

MARCHÉ PUBLICITAIRE

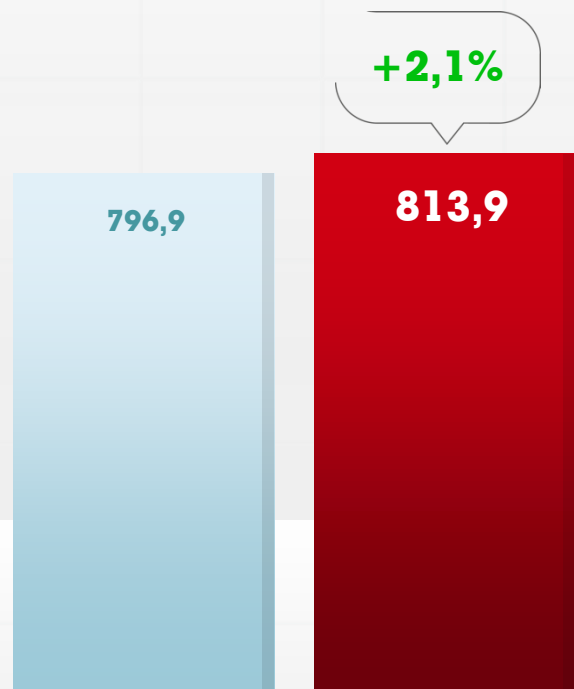
DANS UN MARCHÉ PUBLICITAIRE PLURIMÉDIA EN BAISSÉ EN 2015, LA TÉLÉVISION CONTINUE DE GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ ET VOIT SES RECETTES PROGRESSER D'ENVIRON +0,5%

Estimation du marché publicitaire plurimédia 2015 par média – En Mds €
Evolution en % – Données IREP du 29/01/2016



LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 EST EN HAUSSE DE +2,1% EN 2015

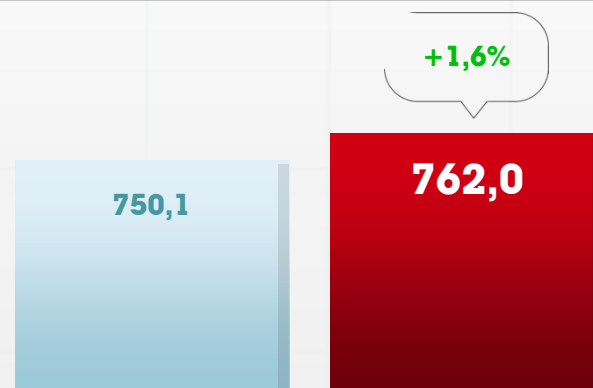
Chiffre d'Affaires publicitaire
net du Groupe M6 (M€)



+2,1%

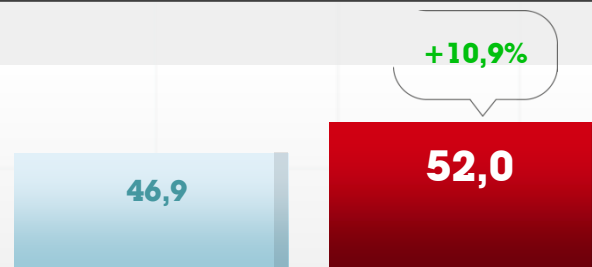
2014 2015

Chaînes Gratuites



+1,6%

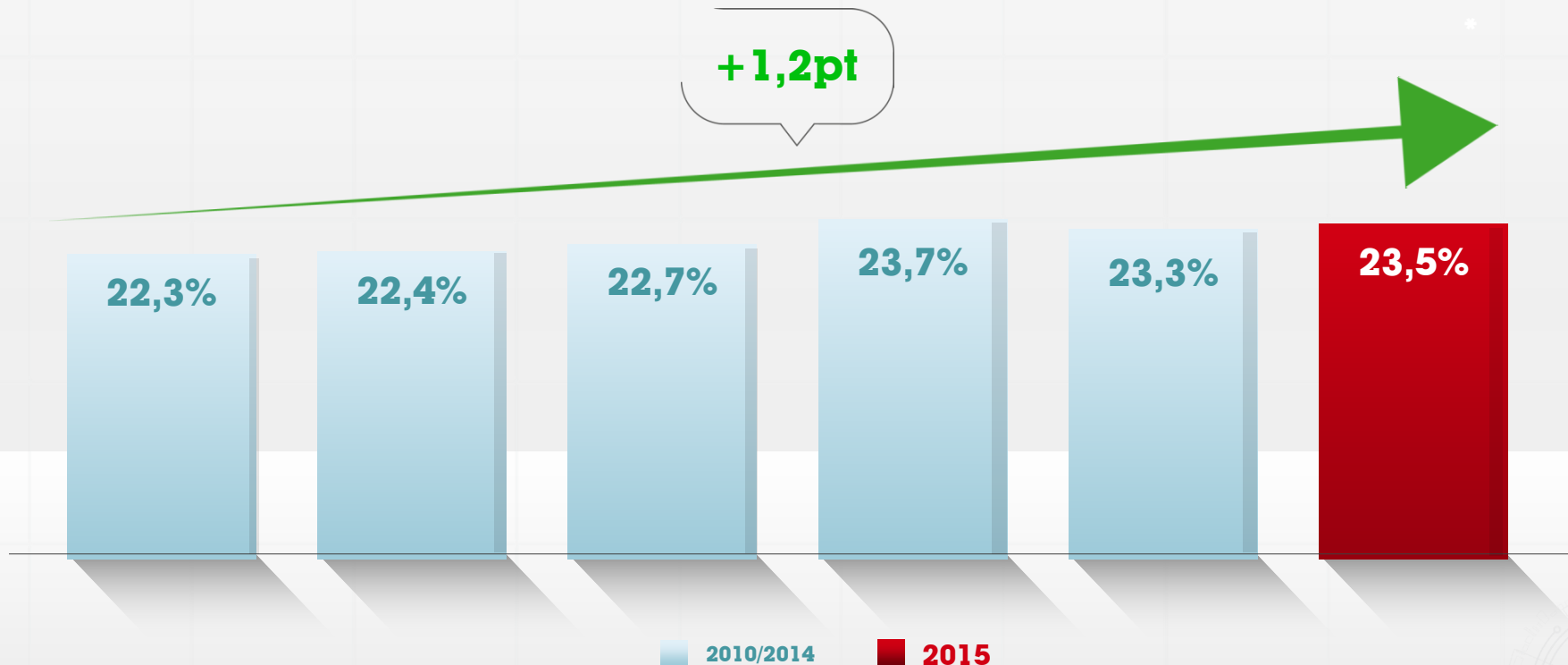
Autres activités



+10,9%

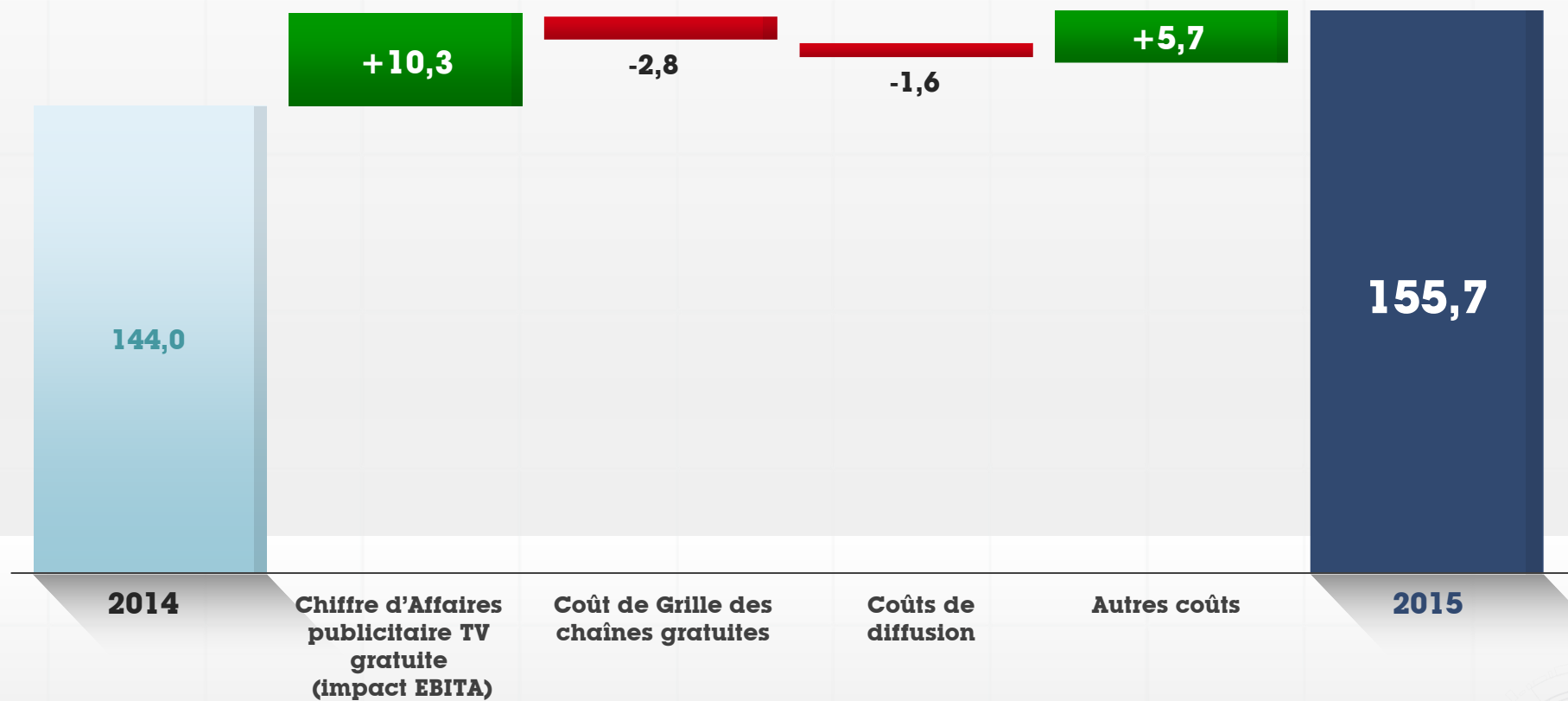
LES CHÂÎNES GRATUITES DU GROUPE M6 VOIENT LEUR DE PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE AUGMENTER DE +0,2 POINT EN 2015

Évolution de la part de marché publicitaire TV nette
des chaînes gratuites du Groupe M6 depuis 2010 - En %



UNE ACTIVITÉ TV PERFORMANTE

EBITA TV 2015 vs. 2014 (en M€)

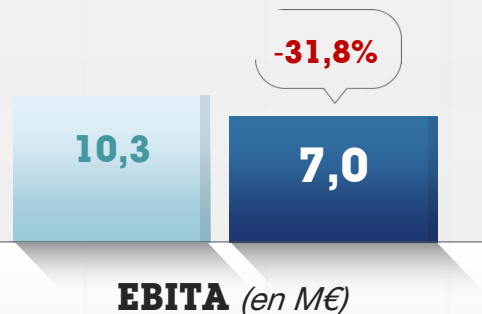


A young man and woman are sitting on a light-colored sofa, smiling and eating popcorn from a clear glass bowl. The man is wearing a white shirt and the woman is wearing a grey t-shirt. They are in a modern living room with a staircase in the background.

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

UNE ANNÉE MARQUÉE PAR LE SUCCÈS EN SALLES DE NOS COPRODUCTIONS

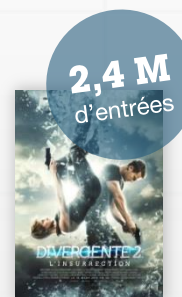
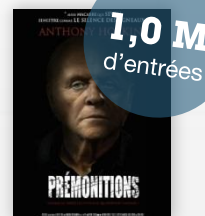
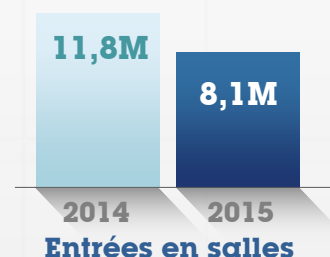
2014 2015



**MARGE
7,5%**

SND

Un line up cinéma réduit



Un calendrier de sorties vidéo limité malgré le succès d'Astérix



Une année d'investissements pour M6 Films

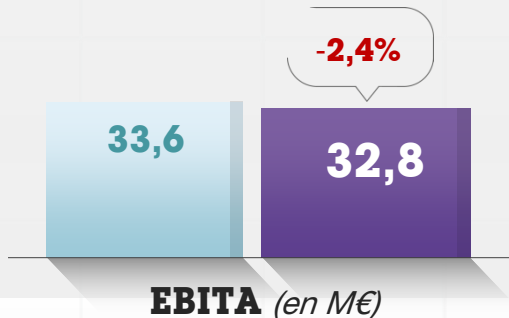
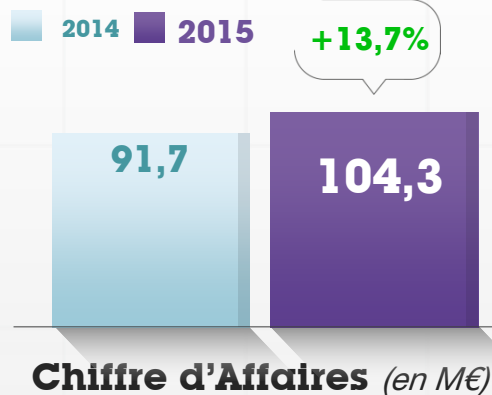
20 M d'entrées en salle pour les films coproduits parmi lesquels **7 films** dans le **top 10** des films français

1	Les Nouvelles aventures d'Aladin	4,4M
2	Les Profs 2	3,4M
3	Babysitting 2	3,1M
4	Papa ou maman	2,9M
5	Taken 3	2,6M
6	Pourquoi j'ai pas mangé mon père	2,4M
7	Le Petit Prince	1,8M
8	Belle et Sébastien, l'aventure continue	1,7M
9	Bis	1,5M
10	Le dernier loup	1,3M



DIVERSIFICATIONS

M6 WEB INVESTIT DANS LES NOUVEAUX MÉDIAS



MARGE
31,4%



2,7M de clients
à fin décembre 2015
10 ans du partenariat

Grâce à l'acquisition et
l'intégration du groupe



Le Groupe M6 enregistre
14,0 M de visiteurs
uniques par mois

**Le Groupe continue de
s'adapter aux nouveaux
usages digitaux :**

Les MCN



Lancement de nouvelles
chaînes délinéarisées



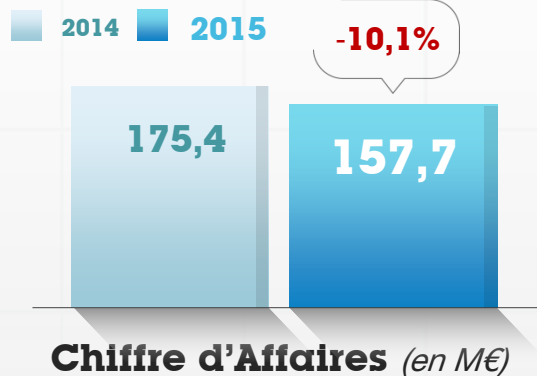
Lancement du
nouveau 6 play



Lancement d'une offre
publicitaire, basée sur
l'exploitation des data



VENTADIS : UNE ANNÉE DE TRANSITION



Renouvellement en cours de notre gamme de produits

Home Shopping Service a souffert du contexte macroéconomique morose



Poursuite de l'intégration de Best of TV

Best of TV s'affirme comme le 2^{ème} contributeur au CA du pôle



Elargissement de la gamme de produits notamment grâce à l'intégration

de *Pintic*.
Renouvellement du management



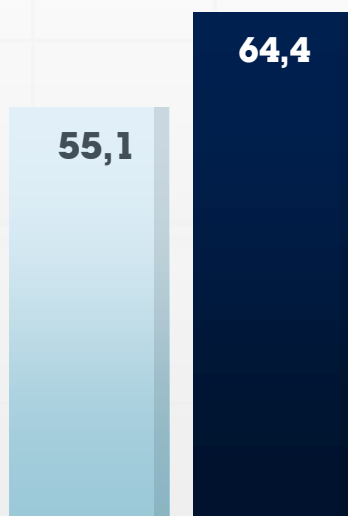
MARGE
10,7%

DIVERSIFICATIONS

F.C.G.B

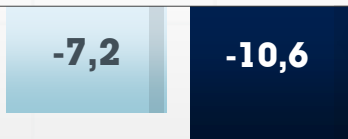
INVESTISSEMENTS DANS L'EFFECTIF DU CLUB

■ 2014 ■ 2015



Chiffre d'Affaires
(en M€)

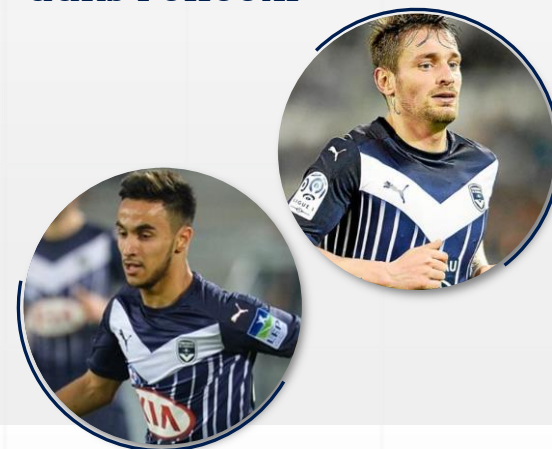
EBITA (en M€)



Une année de transition dans l'attente de 2016
(plein effet stade et effets droits TV à mi-année)

	 LIGUE 1	 UEFA EUROPA LEAGUE
2013/2014	7 ^{ème}	Participation aux phases de poules
2014/2015	6 ^{ème}	Non qualifié
2015/2016	9 ^{ème} (au 14/02/2016)	Participation aux phases de poules

Des investissements dans l'effectif



COMPTES

ETAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2014	31 décembre 2015	Variation 2015 / 2014 (M€)
Chiffre d'affaires	1 257,9	1 249,8	(8,2)
Autres produits opérationnels	12,9	11,3	(1,6)
Total des produits opérationnels	1 270,8	1 261,1	(9,7)
Consommations et autres charges opérationnelles	(647,9)	(630,2)	17,7
Charges de personnel (yc participation)	(238,2)	(250,4)	(12,3)
Impôts, taxes, versements assimilés	(56,8)	(57,5)	(0,7)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(120,4)	(122,7)	(2,3)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	207,5	200,2	(7,2)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,3)	(1,1)	(0,7)
Résultat Opérationnel [EBIT]	207,1	199,1	(8,0)
Résultat financier	3,7	2,0	(1,6)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(0,2)	0,9	1,1
Résultat courant avant impôt	210,6	202,0	(8,6)
Impôt sur le résultat	(87,4)	(87,1)	0,3
Résultat net des activités poursuivies	123,2	114,9	(8,3)
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées	0,0	-	(0,0)
Résultat net de la période	123,2	114,9	(8,3)
Attribuable au Groupe	123,4	115,0	(8,4)
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	(0,2)	(0,1)	0,1

BILAN SIMPLIFIÉ

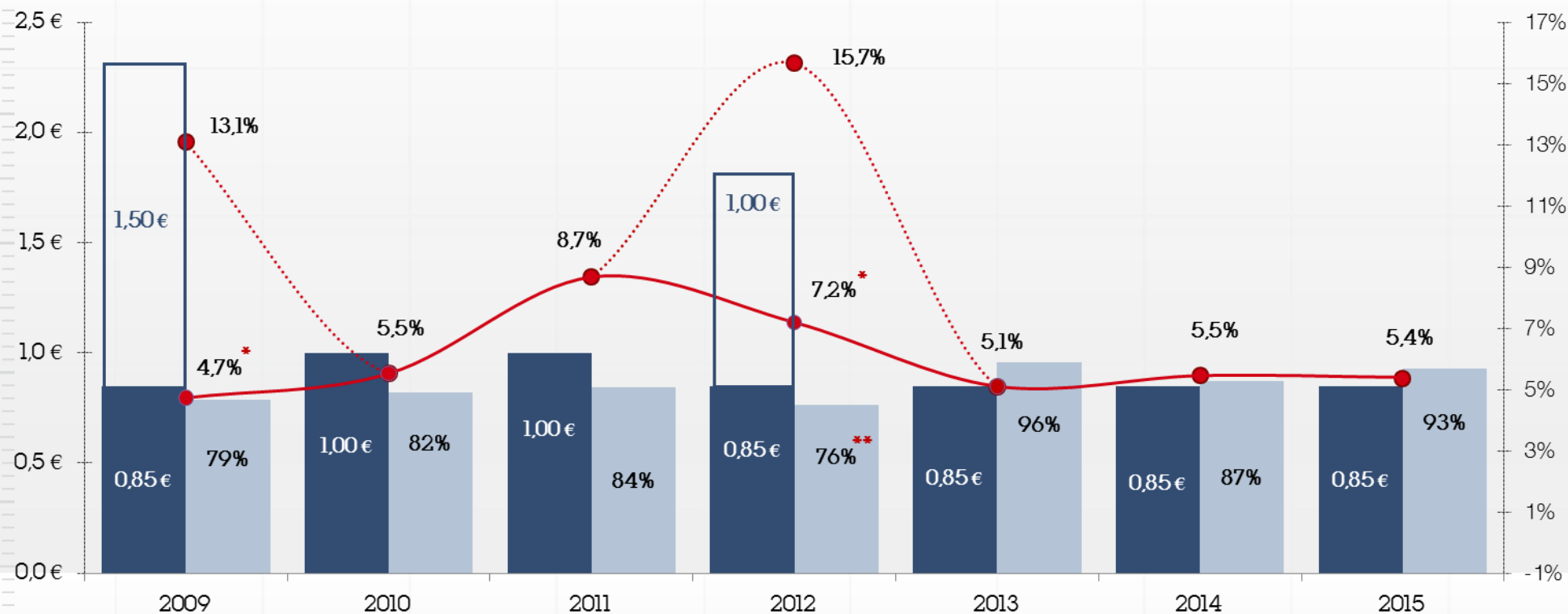
Groupe M6	31 décembre 2014 ⁽¹⁾	31 décembre 2015	Variation 2015 / 2014 (M€)
Goodwill	72,7	89,7	17,0
Actif non courant	263,5	287,2	23,7
Actif courant	666,0	654,6	(11,4)
Trésorerie	260,9	175,8	(85,1)
TOTAL ACTIF	1 263,1	1 207,4	(55,8)
Capitaux propres part du groupe	583,0	583,9	0,9
Intérêts non-contrôlants	(0,3)	(0,3)	0,0
Passif non courant	32,4	39,9	7,5
Passif courant	648,0	583,8	(64,2)
TOTAL PASSIF	1 263,1	1 207,4	(55,8)

⁽¹⁾ Inclut l'impact de l'application rétrospective au 1^{er} janvier 2014 d'IFRIC21 - Taxes prélevées par une autorité publique.

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	31 décembre 2014	31 décembre 2015	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	332,7	318,2	(14,5)
Variation de BFR d'exploitation	(43,8)	(65,2)	(21,4)
Avances au titre de contrats de location	-	(20,0)	(20,0)
Impôt	(87,1)	(76,2)	10,9
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	201,8	156,8	(45,0)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(117,6)	(149,2)	(31,6)
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(109,6)</i>	<i>(117,8)</i>	<i>(8,2)</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>(7,9)</i>	<i>(31,3)</i>	<i>(23,4)</i>
Flux de trésorerie des activités de financement	(108,8)	(92,9)	15,9
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(109,1)</i>	<i>(109,9)</i>	<i>(0,8)</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>0,3</i>	<i>17,0</i>	<i>16,7</i>
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,1	0,2	0,1
Variation globale de trésorerie	(24,5)	(85,1)	
Trésorerie à l'ouverture	285,4	260,9	(24,5)
Trésorerie à la clôture	260,9	175,8	(85,1)
Trésorerie nette de clôture	260,5	176,5	(83,9)

MAINTIEN D'UN DIVIDENDE DE 0,85€ PAR ACTION



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



GROUPE

CHALLENGES 2016

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



Poursuivre le
développement des
**activités de
production**

DIFFUSION DE CONTENUS



**Consolider
les audiences**



**Maintenir
nos parts de
marché
publicitaire**



**Faire passer Paris
Première en gratuit**



**Faire de l'Euro
2016 un succès
d'audience et
commercial**

ACTIVITÉS DIGITALES



**S'adapter
à la nouvelle
consommation
de télévision**



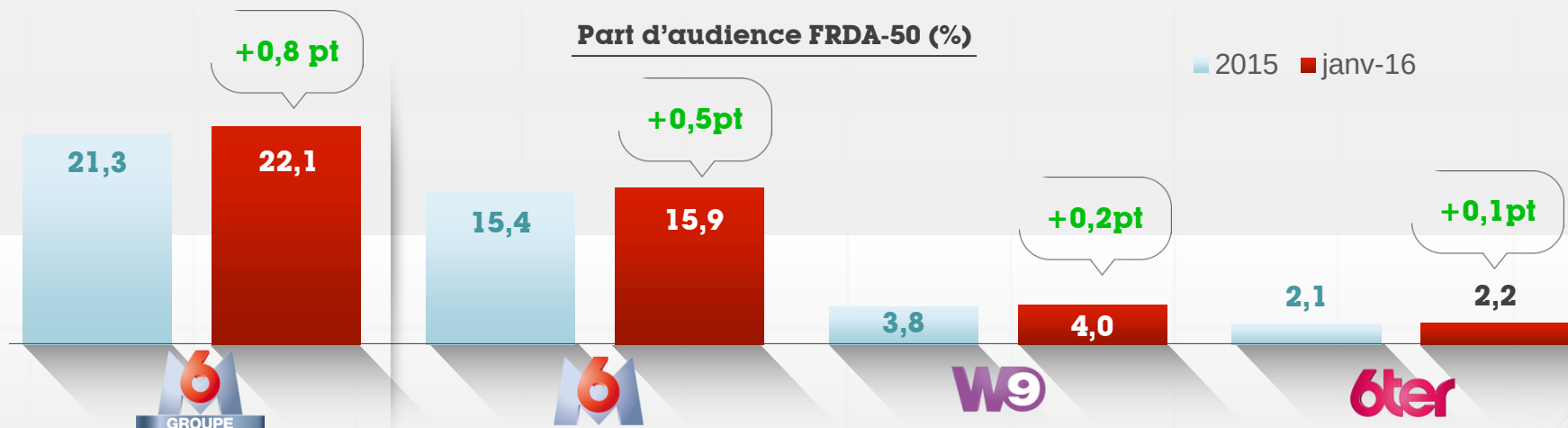
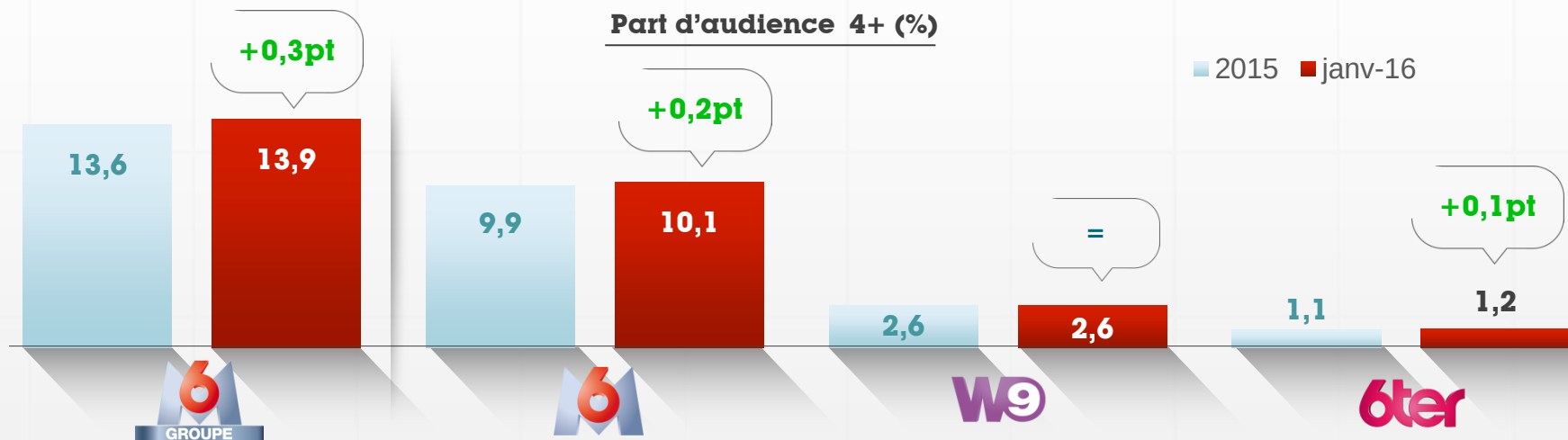
**Développer
des programmes
spécifiques pour
le web**

DIVERSIFICATIONS



**Saisir des nouvelles
opportunités de
développement**

UN DÉBUT D'ANNÉE 2016 SATISFAISANT



ANNEXES



COMPTE DE RÉSULTAT ANALYTIQUE CONSOLIDÉ

En M€	31/12/2015	31/12/2014	Variation 2015/2014	
			En M€	En %
TV				
Chiffre d'affaires - Publicité	780,5	769,4	11,1	1,4%
Chiffre d'affaires - autres activités	41,6	43,8	(2,2)	-5,0%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	155,7	144,0	11,7	8,1%
Production et Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	93,6	111,4	(17,8)	-15,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	7,0	10,3	(3,3)	-31,8%
Diversifications				
Chiffre d'affaires	333,7	333,0	0,7	0,2%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	42,8	55,6	(12,8)	-23,0%
Autre chiffre d'affaires	0,4	0,4	(0,0)	-3,7%
Eliminations et résultats non affectés	(5,3)	(2,4)	(2,9)	119,0%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	1 249,8	1 257,9	(8,2)	-0,6%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	200,2	207,5	(7,2)	-3,5%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(1,1)	(0,3)	(0,8)	226,6%
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	199,1	207,1	(8,0)	-3,9%
Résultat financier	2,0	3,7	(1,6)	-44,5%
Part dans les sociétés mises en équivalence	0,9	(0,2)	1,1	-523,5%
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	202,0	210,6	(8,6)	-4,1%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(87,1)	(87,4)	0,3	-0,3%
Résultat net des activités poursuivies	114,9	123,2	(8,3)	-6,7%
Résultat net des activités abandonnées	-	0,0	(0,0)	
Résultat net	114,9	123,2	(8,3)	-6,8%
Retraitement de la part des minoritaires	0,1	0,2	(0,1)	-53,0%
Résultat net part du Groupe	115,0	123,4	(8,4)	-6,8%

DÉTAIL DES CONTRIBUTIONS DES SEGMENTS

TÉLÉVISION

En M€	31/12/2015			31/12/2014			Variation 2015/2014		
	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 Pôle TV	842,4	822,1	155,7	833,4	813,2	144,0	9,0	8,9	11,7

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

En M€	31/12/2015			31/12/2014			Variation 2015/2014		
	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 Pôle Production & Droits Audiovisuels	104,9	93,6	7,0	125,0	111,4	10,3	(19,8)	(17,5)	(3,2)

DIVERSIFICATIONS

En M€	31/12/2015			31/12/2014			Variation 2015/2014		
	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)
Pôle Interactions	9,4	7,3	3,7	13,6	10,8	6,5	(4,2)	(3,5)	(2,8)
Pôle Ventadis	163,3	157,7	16,9	181,2	175,4	22,7	(17,8)	(17,7)	(5,7)
M6 Web	106,9	104,3	32,8	94,0	91,7	33,6	12,9	12,5	(0,8)
F.C.G.B	64,8	64,4	(10,6)	55,4	55,1	(7,2)	9,4	9,4	(3,4)
Eliminations intra-segment	(8,3)	-	-	(8,9)	-	-	0,6	-	-
Total Diversifications	336,2	333,7	42,8	335,2	333,0	55,6	0,9	0,7	(12,8)

PRÉSENTATION ANALYTIQUE DES CONTRIBUTIONS DU SEGMENT TÉLÉVISION GRATUITE

En M€	31/12/2015	31/12/2014	Variation 2015/2014	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	762,0	750,1	11,9	1,6%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	10,5	11,4	(0,9)	-8,0%
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(186,0)	(182,0)	(4,0)	2,2%
Recettes nettes diffuseurs	586,4	579,4	7,0	1,2%
Coût de la grille	(418,5)	(415,7)	(2,8)	0,7%
Marge Brute de la grille	167,9	163,8	4,2	2,6%
En %	28,6%	28,3%		



QUESTIONS & RÉPONSES

23 FÉVRIER 2016

PRÉSENTATION
DES RÉSULTATS ANNUELS 2015

