



PRÉSENTATION —————
**DES RÉSULTATS
ANNUELS
2016**

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).

GROUPE M6

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2016

1. INTRODUCTION
2. TÉLÉVISION
3. PRODUCTION
ET DROITS AUDIOVISUELS
4. DIVERSIFICATIONS
5. COMPTES
6. PERSPECTIVES
7. ANNEXES



GROUPE



INTRODUCTION



PERTINENCE DU MODÈLE STRATÉGIQUE DU GROUPE

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



ACTIVITÉS DIGITALES



DIFFUSION DE CONTENUS



DIVERSIFICATIONS



monAlbumPhoto fr



FAITS

MARQUANTS

2016



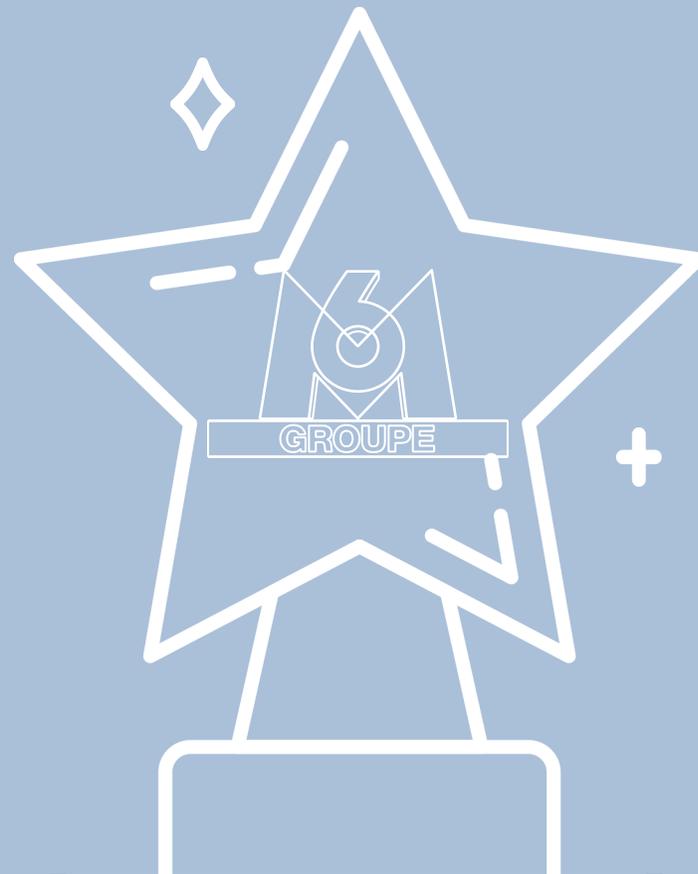
FAITS MARQUANTS

1. DES AUDIENCES HISTORIQUES



PDA FRDA-50 RECORD

22,2%



FAITS MARQUANTS

1. DES AUDIENCES HISTORIQUES

PDA FRDA-50 RECORD
22,2%

**RECORD D'AUDIENCE HISTORIQUE DEPUIS
LA CRÉATION DE LA CHAÎNE AVEC LA FINALE
PORTUGAL/FRANCE
5^{ÈME} MEILLEURE AUDIENCE HISTORIQUE
DE LA TÉLÉVISION**



FAITS MARQUANTS

1. DES AUDIENCES HISTORIQUES

PDA FRDA-50 RECORD

22,2%

3,1 M TÉLÉSPECTATEURS

ÉMISSION POLITIQUE LA PLUS PUISSANTE
DE LA RENTRÉE AUPRÈS DU PUBLIC DE MOINS
DE 50 ANS (HORS DÉBATS)



FAITS MARQUANTS

1. DES AUDIENCES HISTORIQUES

PDA FRDA-50 RECORD

22,2%



**RETOUR GAGNANT
3,3 M TÉLÉSPECTATEURS**

FAITS MARQUANTS

**2. UN EBITA RECORD
GRÂCE À UNE
CONTRIBUTION NON
RÉCURRENTÉ DU
CONTRAT M6 MOBILE**



**INDEMNITÉ
CONTRACTUELLE REÇUE DE**

50 M€

3. DEUX NOUVELLES ACQUISITIONS

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



ACTIVITÉS DIGITALES

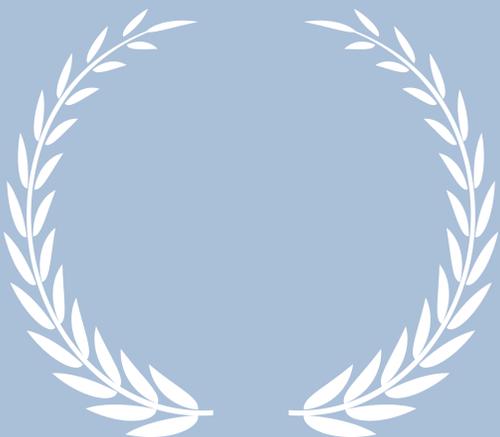


DIFFUSION DE CONTENUS



DIVERSIFICATIONS





RÉSULTATS HISTORIQUES



CHIFFRE
D'AFFAIRES
PUBLICITAIRE

853,3M€

PLUS HAUT HISTORIQUE



PART DE
MARCHÉ
PUBLICITAIRE
DES CHÂÎNES
GRATUITES

24,3%

PLUS HAUT HISTORIQUE



EBITA

245,5M€

PLUS HAUT HISTORIQUE

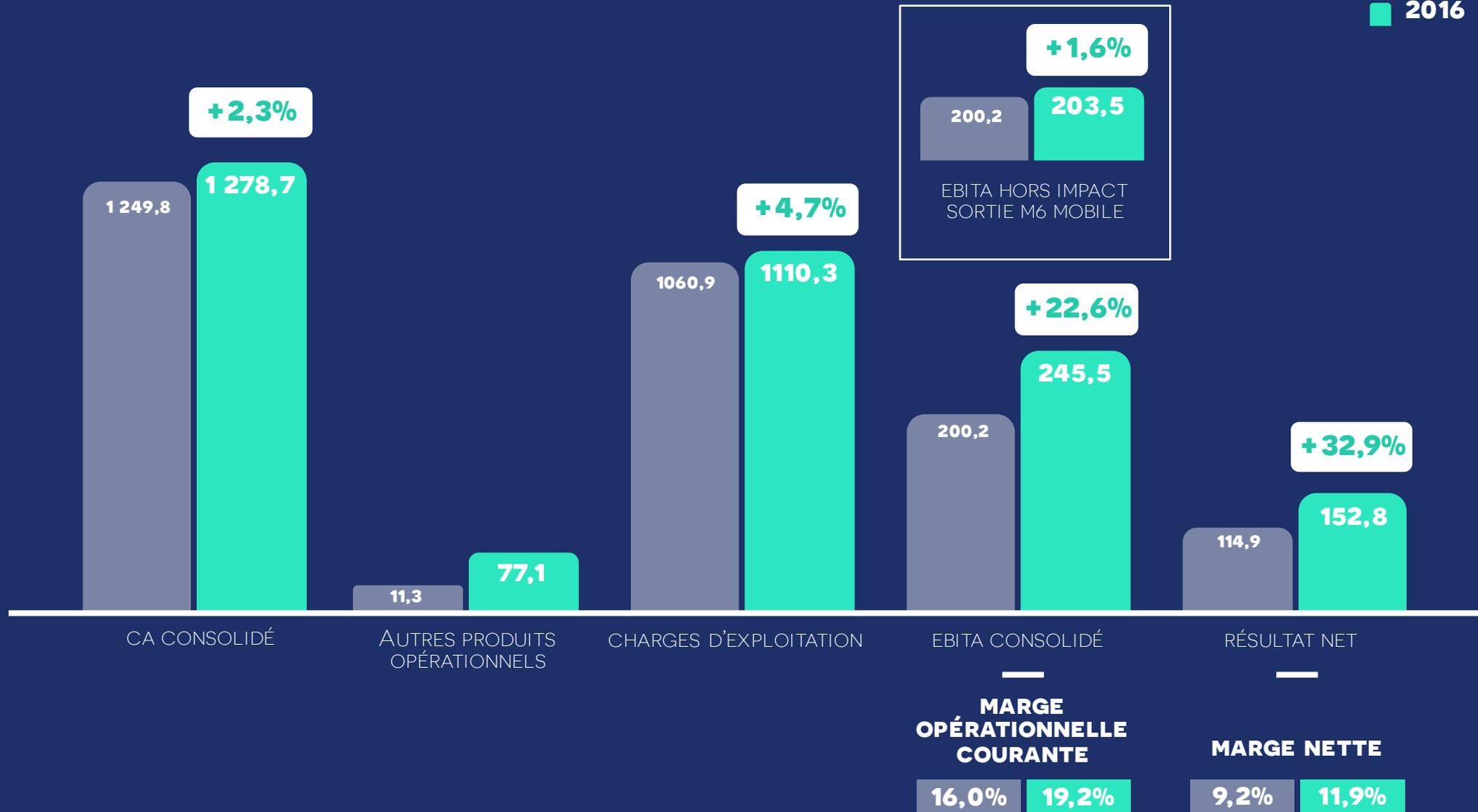
LES CHIFFRES — CLÉS 2016



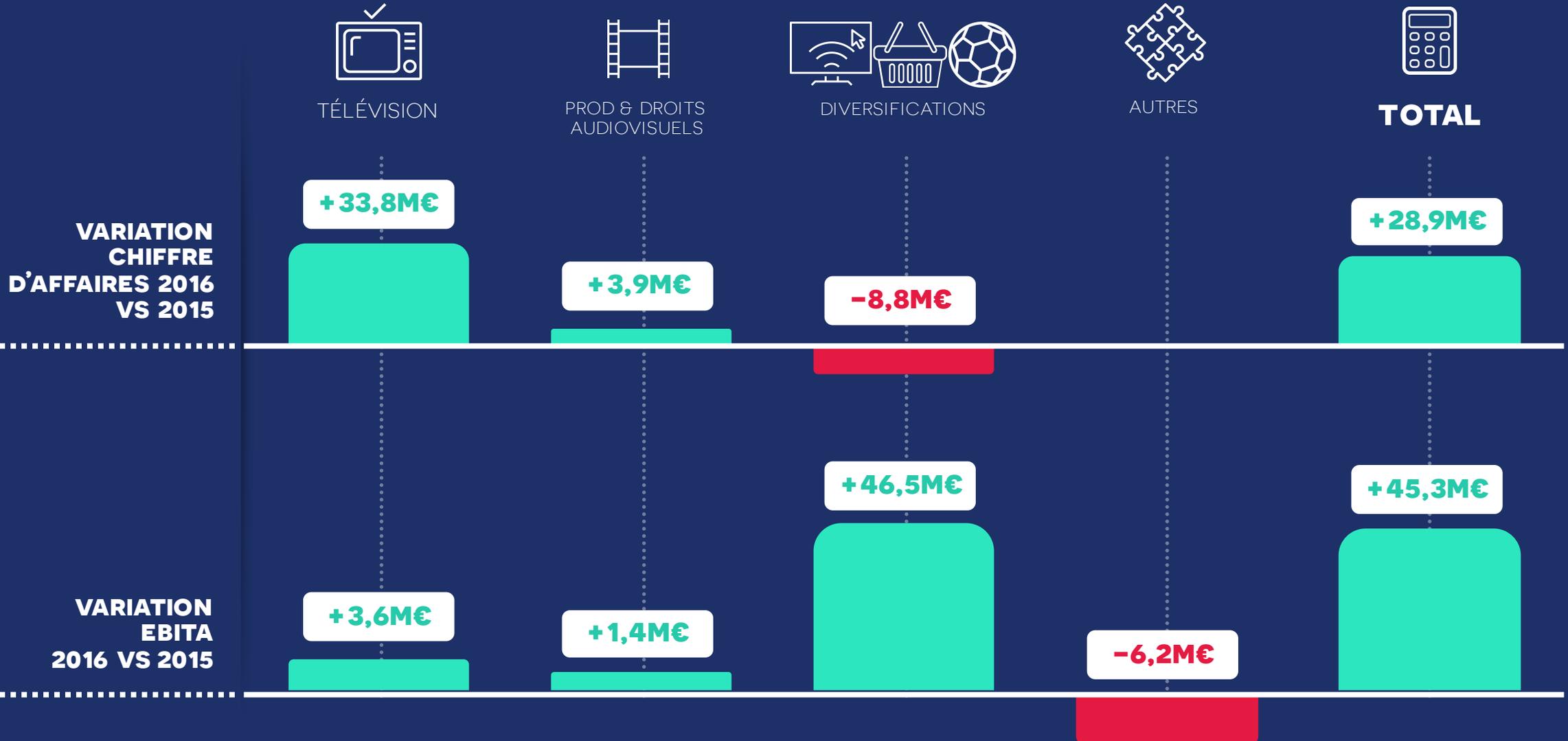
DES RÉSULTATS EN FORTE HAUSSE

■ 2015

■ 2016



DYNAMISME DE LA TV ET IMPACT DE M6 MOBILE





TÉLÉVISION

AUDIENCES



AUDIENCES CHAÎNES GRATUITES

PART D'AUDIENCE
4+ (%)

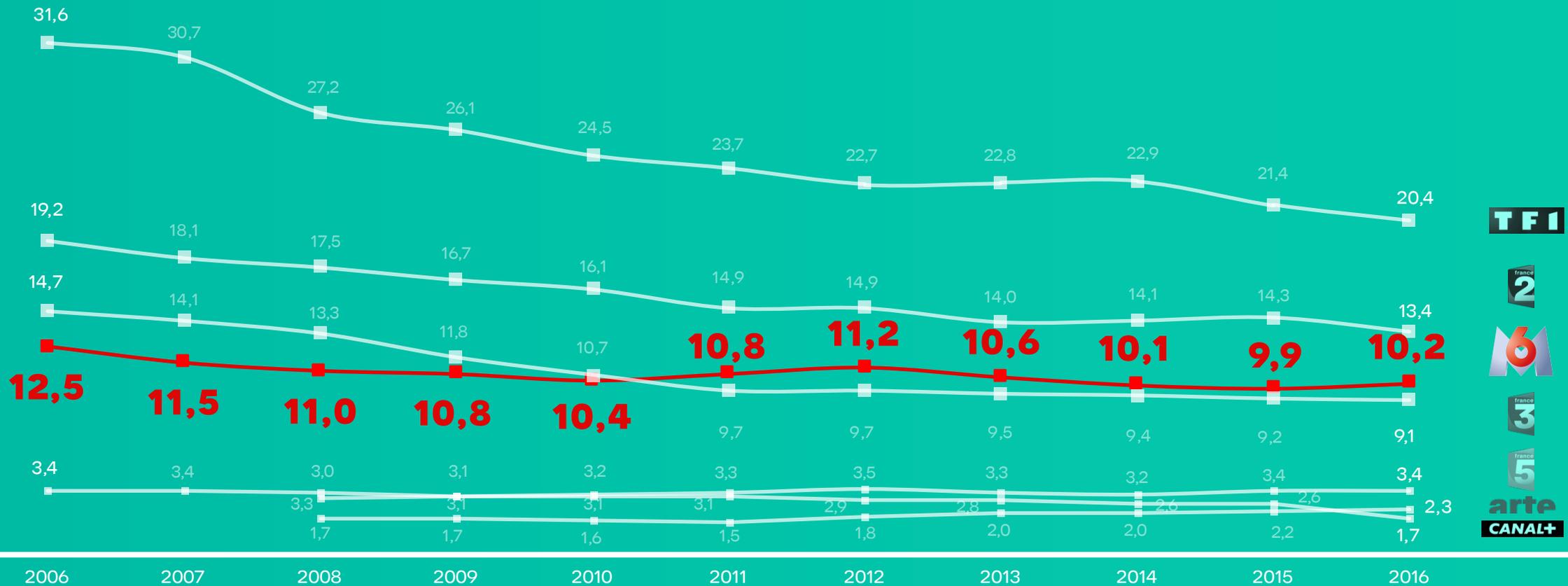


PART D'AUDIENCE
FRDA-50 (%)



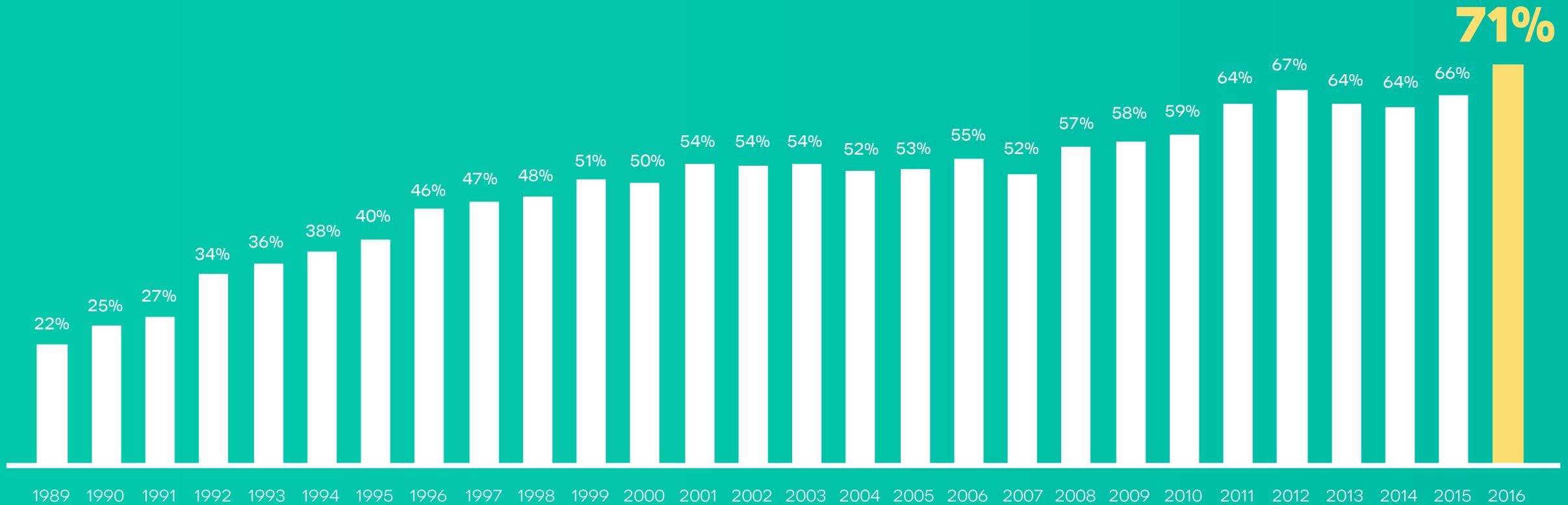
2016 : M6 RÉDUIT L'ÉCART AVEC F2 ET TF1

PARTS D'AUDIENCE ANNUELLES 4+ DES CHAÎNES HISTORIQUES (EN%)



2016 : AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE, M6 N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI PROCHE DE TF1

EVOLUTION DU RATIO PDA CHAÎNE M6 / PDA CHAÎNE TF1 AUPRÈS DES FRDA-50



TÉLÉVISION – AUDIENCES

M6 : PROGRESSION DE L'AVANT-SOIRÉE

**PARTS D'AUDIENCE
4+ ET FRDA-50
EN ACCESS
(17H30 – 19H30)**



**1,2 M
19% FRDA-50**

*Les Reines
du
Shopping*

**CHASSEURS
D'APPART'**

**1,8 M
21% FRDA-50**
M6 LEADER TÉLÉSPECTATEURS
< 50 ANS ET FRDA-50

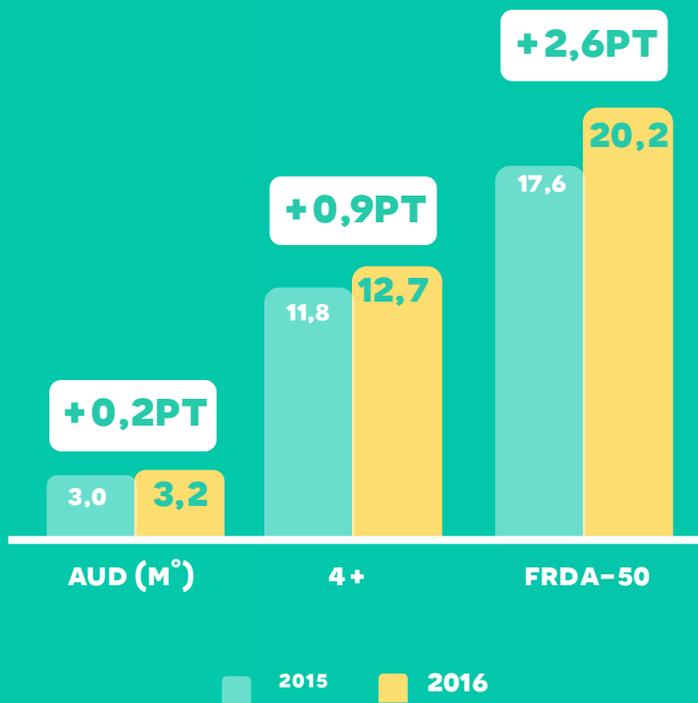
**1,1 M
20% FRDA-50**

*La meilleure
Boulangerie
de France*

TÉLÉVISION – AUDIENCES

M6 : DE NOMBREUX SUCCÈS EN SOIRÉE

M6 PROGRESSE EN UN AN EN PRIME TIME (TRANCHE 21H – 22H30)



SUCCÈS DES MARQUES FORTES

SUCCÈS DES NOUVEAUTÉS

PUISSANCE DES SÉRIES US INÉDITES



L'AMOUR
est dans le pré

4,8 M
32% FRDA-50



GARDE À VOUS
Retour au Service Militaire

3,9 M
22% FRDA-50



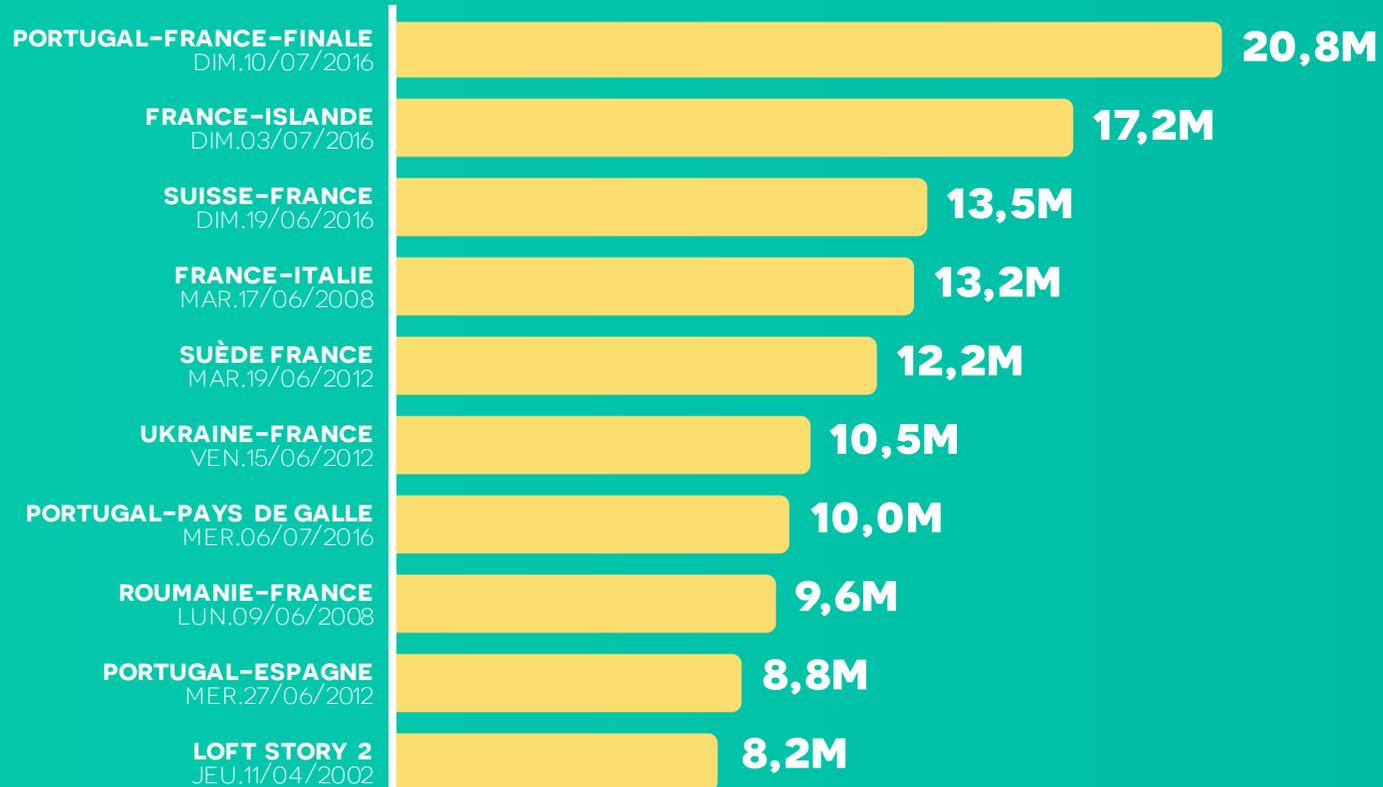
QUANTICO

4,9 M
36% FRDA-50
MEILLEUR LANCÉMENT DE SÉRIE
SUR M6 DEPUIS 10 ANS

TÉLÉVISION – AUDIENCES

AVEC L'EURO, M6 RÉALISE LES 3 PLUS GROSSES AUDIENCES DE SON HISTOIRE

TOP 10 DES MEILLEURES AUDIENCES DE M6 DEPUIS SA CRÉATION (EN MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS)



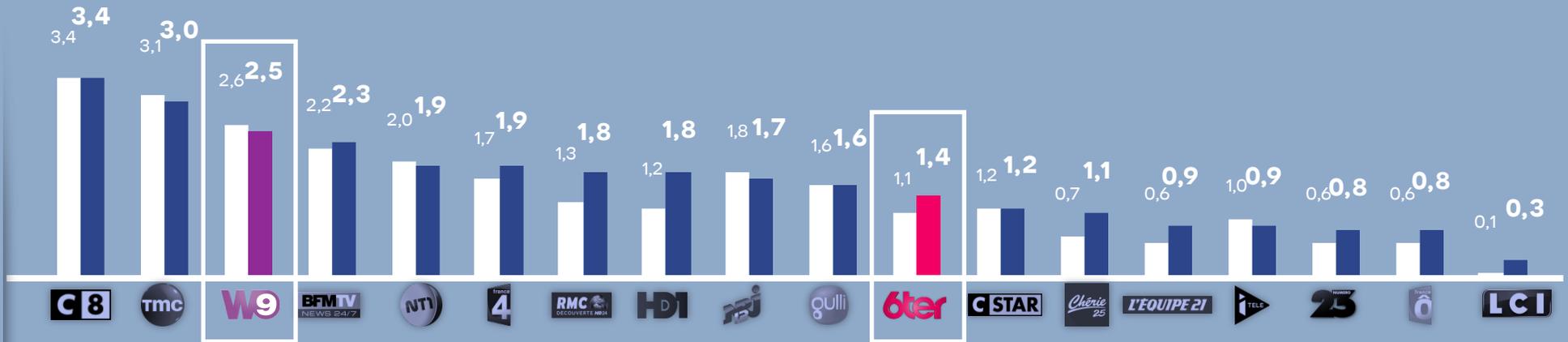
TÉLÉVISION
— **AUDIENCES**
TNT —

W9 6ter

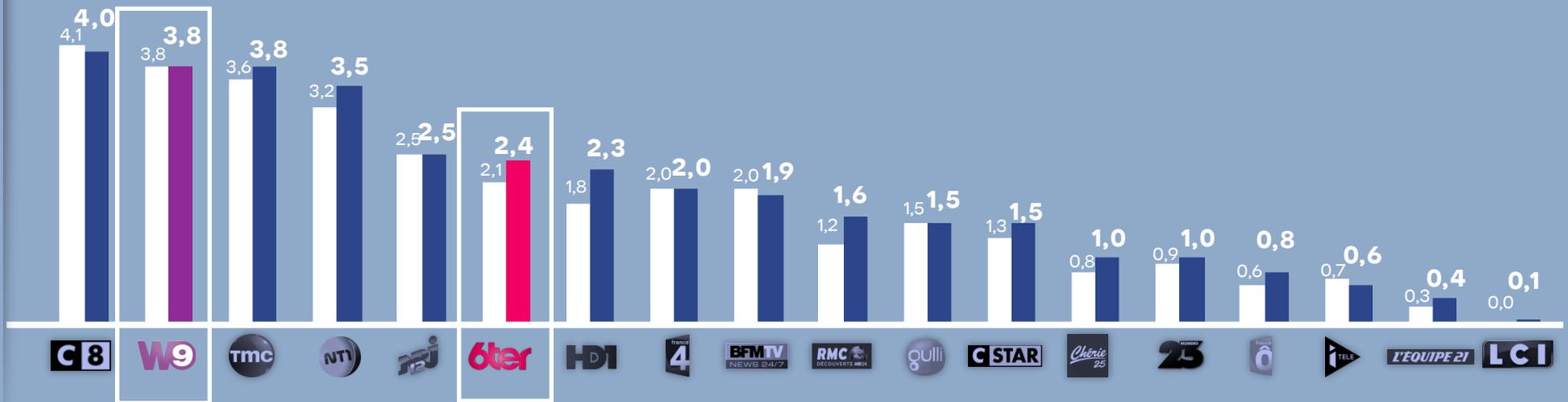
W9 ET 6TER PARMIS LES MEILLEURES CHAÎNES TNT SUR LA CIBLE COMMERCIALE

2015
2016

PART D'AUDIENCE
4+ (%)



PART D'AUDIENCE
FRDA-50 (%)



SUCCÈS DE W9 EN AVANT-SOIRÉE ET EN SOIRÉE



NIVEAUX
SOLIDES POUR
W9 EN ACCESS



TRÈS BONNES
PERFORMANCES
DE L'OFFRE
SPORT



OFFRE
CINÉMA
PUISSANTE



MEILLEURE
OFFRE DE
MAGAZINES SUR
LA TNT ET
SUCCÈS DES
DOCUMENTAIRES
INÉDITS



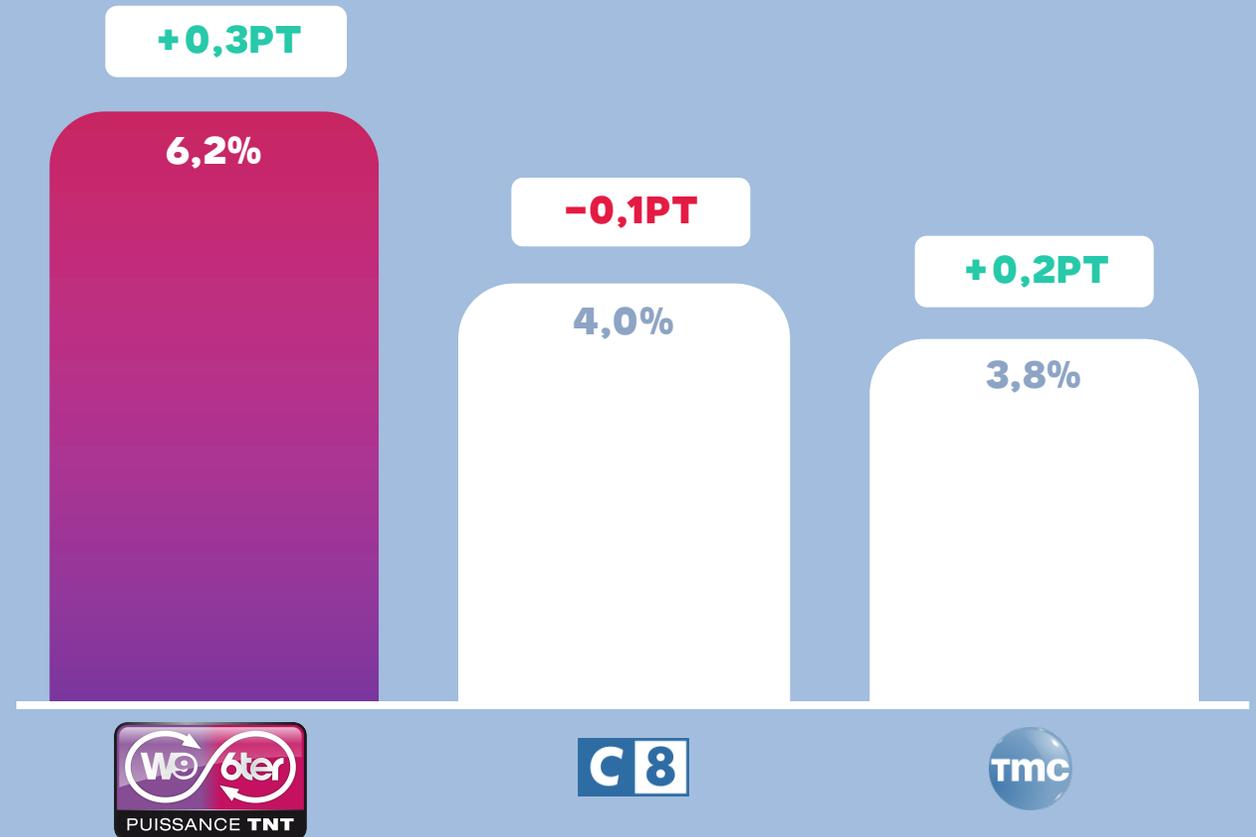
TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT

PUISSANCE TNT L'OFFRE LEADER DE LA TNT



L'OFFRE PUBLICITAIRE LEADER DE LA TNT

AUDIENCES 2016 (FRDA-50)



UN ENCHAÎNEMENT
PUISSANT **EN JOURNÉE**
TOUT AU LONG DE
L'ANNÉE

[**FACE AU
DOUTE**]



c'est
ma vie

UNE PROGRESSION DE
L'ACCESS, AVEC DES
SÉRIES ET DE LA REAL



PRÉSENCE DU CINÉMA
(SUCCÈS DES
BLOCKBUSTERS US) **ET**
DES **TÉLÉFILMS**

THE
WOLVERINE



EXCELLENTE
PERFORMANCES POUR
ONCE UPON A TIME EN
INÉDIT



ONCE UPON A TIME

LA PRODUCTION
NORBERT COMMIS
D'OFFICE POURSUIT
SA PROGRESSION



NORBERT
COMMIS D'OFFICE

6ter

TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT

**2016 : 6TER FAIT UNE
TRÈS BELLE ANNÉE
(+0,3 PT 4+)**

6ter

TÉLÉVISION —
— **AUDIENCES**
CAB SAT

PARIS
PREMIÈRE

téva

TÉLÉVISION – AUDIENCES CAB SAT

EN 2016 PARIS PREMIÈRE ET TÉVA SE POSITIONNENT PARMIS LES MEILLEURES CHAÎNES PAYANTES

P A R I S
P R E M I È R E

CHAÎNE PAYANTE **LA PLUS CONNUE** DU GRAND PUBLIC *
MEILLEURE ANNÉE HISTORIQUE AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC

PARTS D'AUDIENCES NATIONALES EN 2016 (ÉTÉ INCLUS)



RÉCEPTION DE LA CHAÎNE : 32% DES FRANÇAIS**

téva

1ÈRE CHAÎNE AUPRÈS DES FRDA-50
MEILLEURE ANNÉE 4+ / FRDA-50 DEPUIS 2012

PARTS D'AUDIENCES NATIONALES EN 2016 (ÉTÉ INCLUS)



RÉCEPTION DE LA CHAÎNE : 42% DES FRANÇAIS**

SOURCE : MMW – BASE ÉDITEURS 11H + MÉDIAMAT* THÉMATIK JANVIER-JUIN 2016 + ÉTÉ 2016 + SEPTEMBRE-DÉCEMBRE 2016

* ÉTUDE CSA – AVRIL 2016

**ATTENTION CES RÉCEPTIONS SONT MESURÉES SUR JANVIER-OCTOBRE 2016, EXCLUANT LA NOUVELLE INITIALISATION SUR OCTOBRE-DÉCEMBRE 2016

TÉLÉVISION

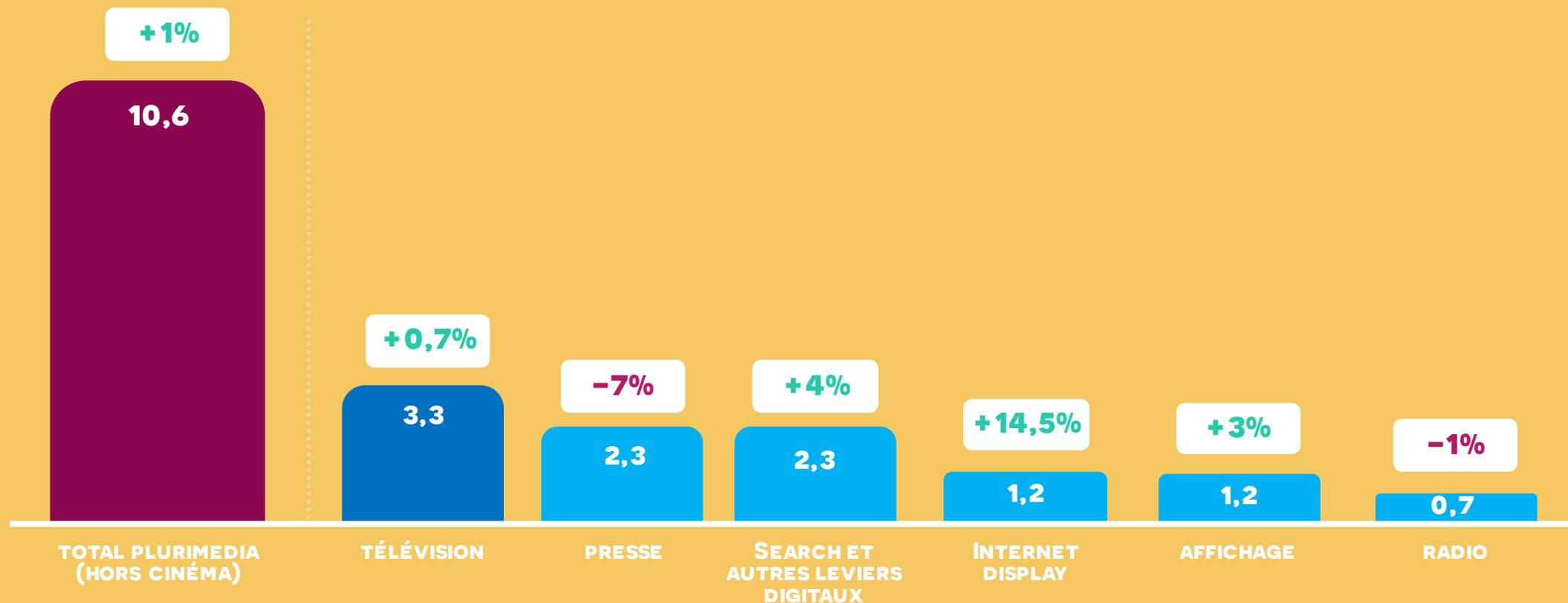
— MARCHÉ

PUBLICITAIRE



DANS UN MARCHÉ PUBLICITAIRE PLURIMÉDIA EN HAUSSE DE 1% EN 2016, LA TÉLÉVISION MAINTIEN SA POSITION

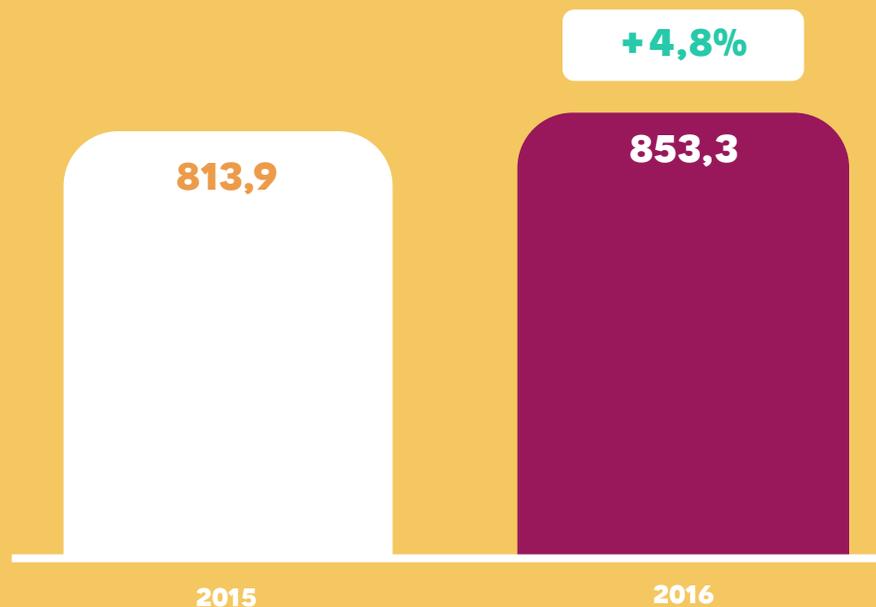
ESTIMATION DU MARCHÉ PUBLICITAIRE PLURIMÉDIA 2016 PAR MÉDIA EN MDS €
EVOLUTION EN % – PREMIÈRES ESTIMATIONS IREP



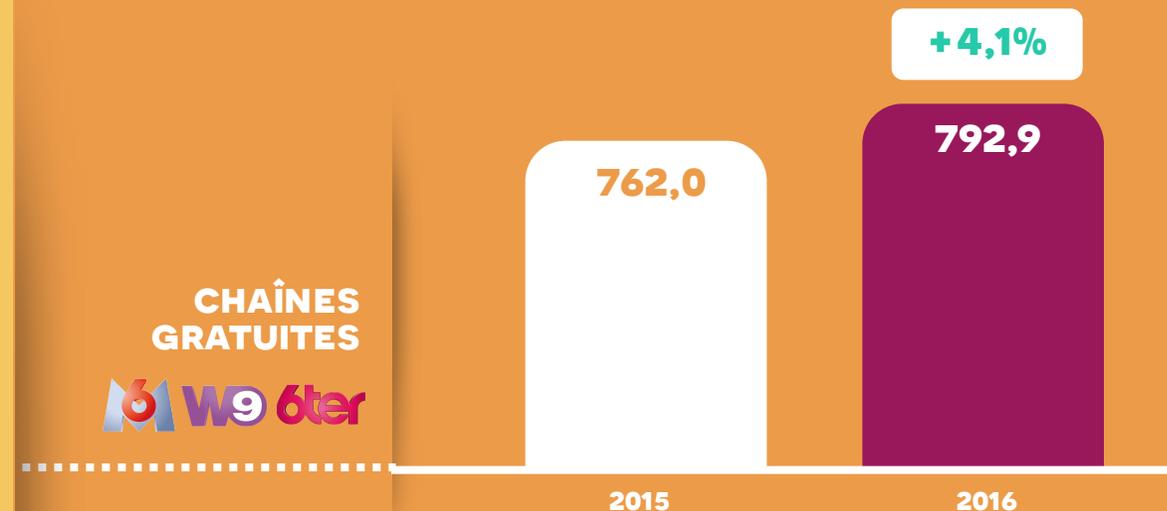
TÉLÉVISION – MARCHÉ PUBLICITAIRE

LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 ATTEINT SON PLUT HAUT HISTORIQUE

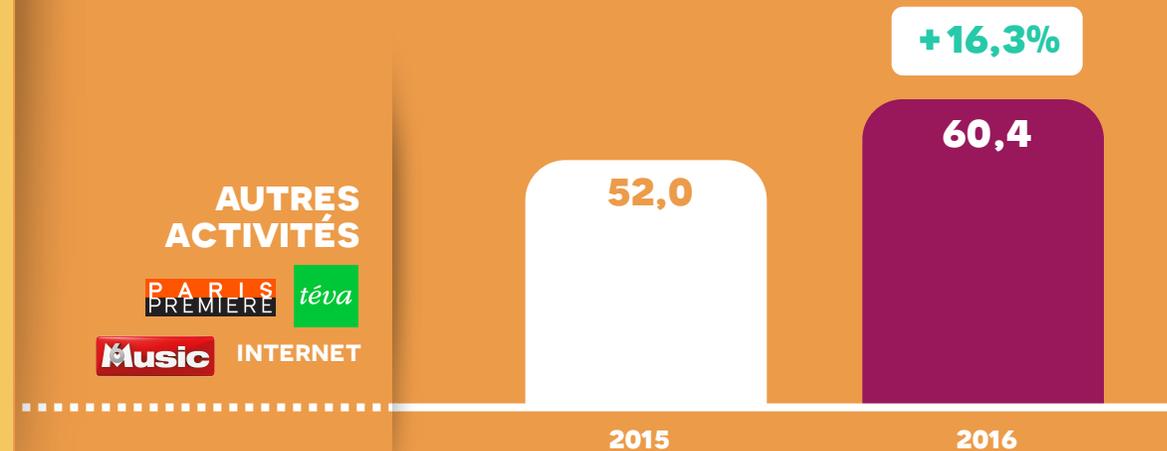
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE NET DU GROUPE M6 (M€)



CHAÎNES GRATUITES

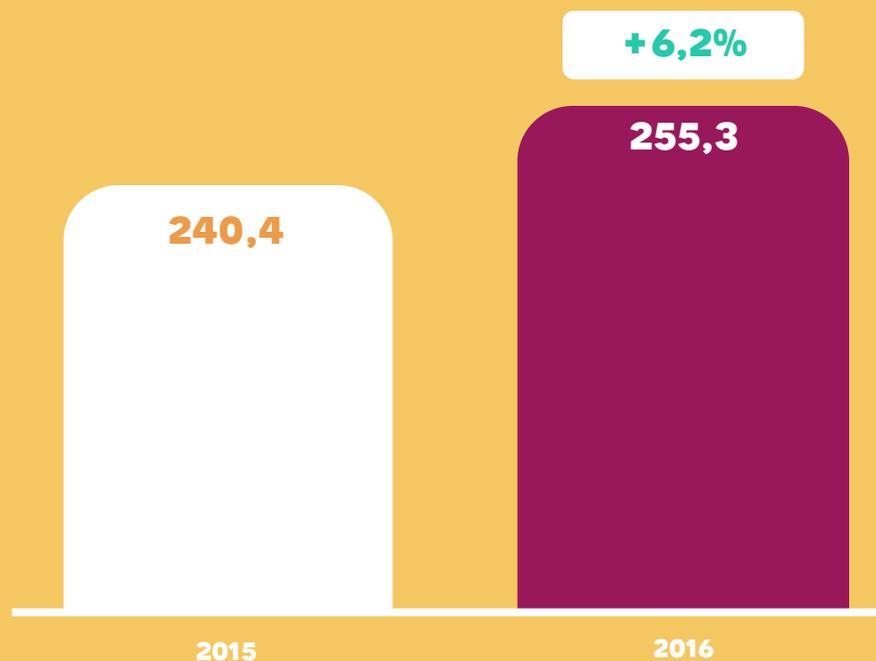


AUTRES ACTIVITÉS

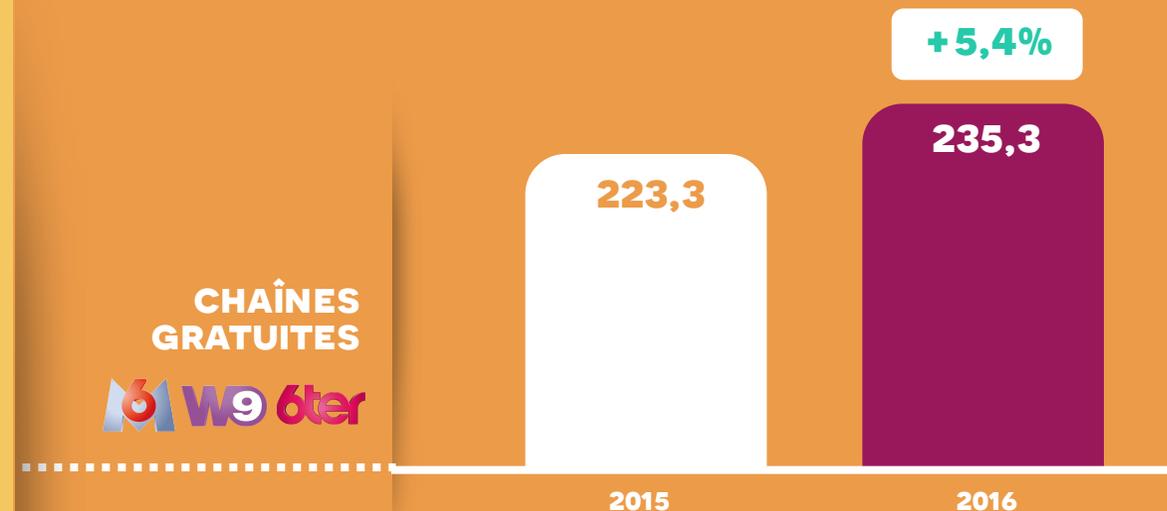


LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 EN FORTE HAUSSE AU 4^{ÈME} TRIMESTRE 2016

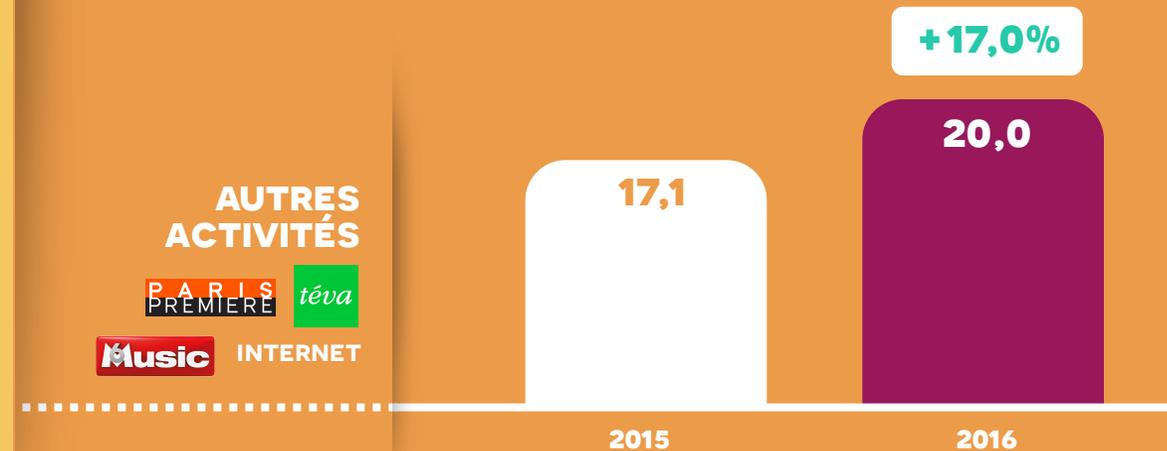
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE NET DU GROUPE M6 (M€)



CHAÎNES GRATUITES



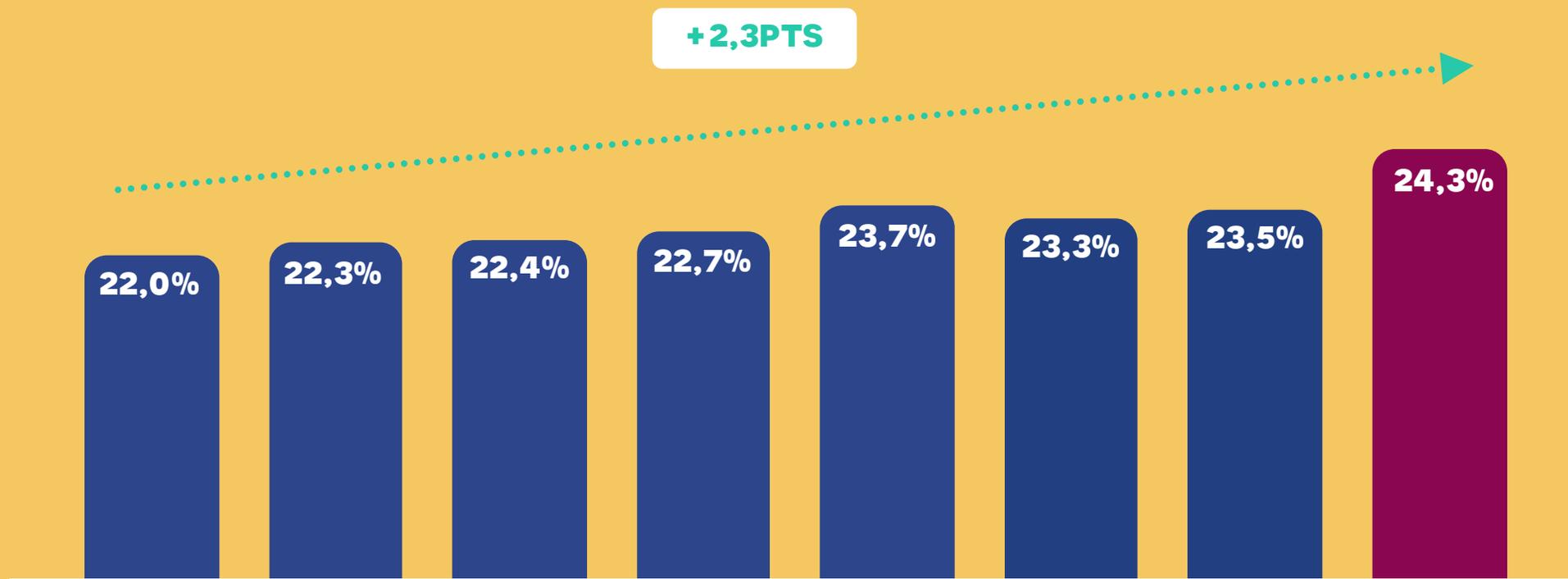
AUTRES ACTIVITÉS



LES CHÂÎNES GRATUITES DU GROUPE M6 VOIENT LEUR DE PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE AUGMENTER DE +0,8 POINT EN 2016, À LEUR PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE

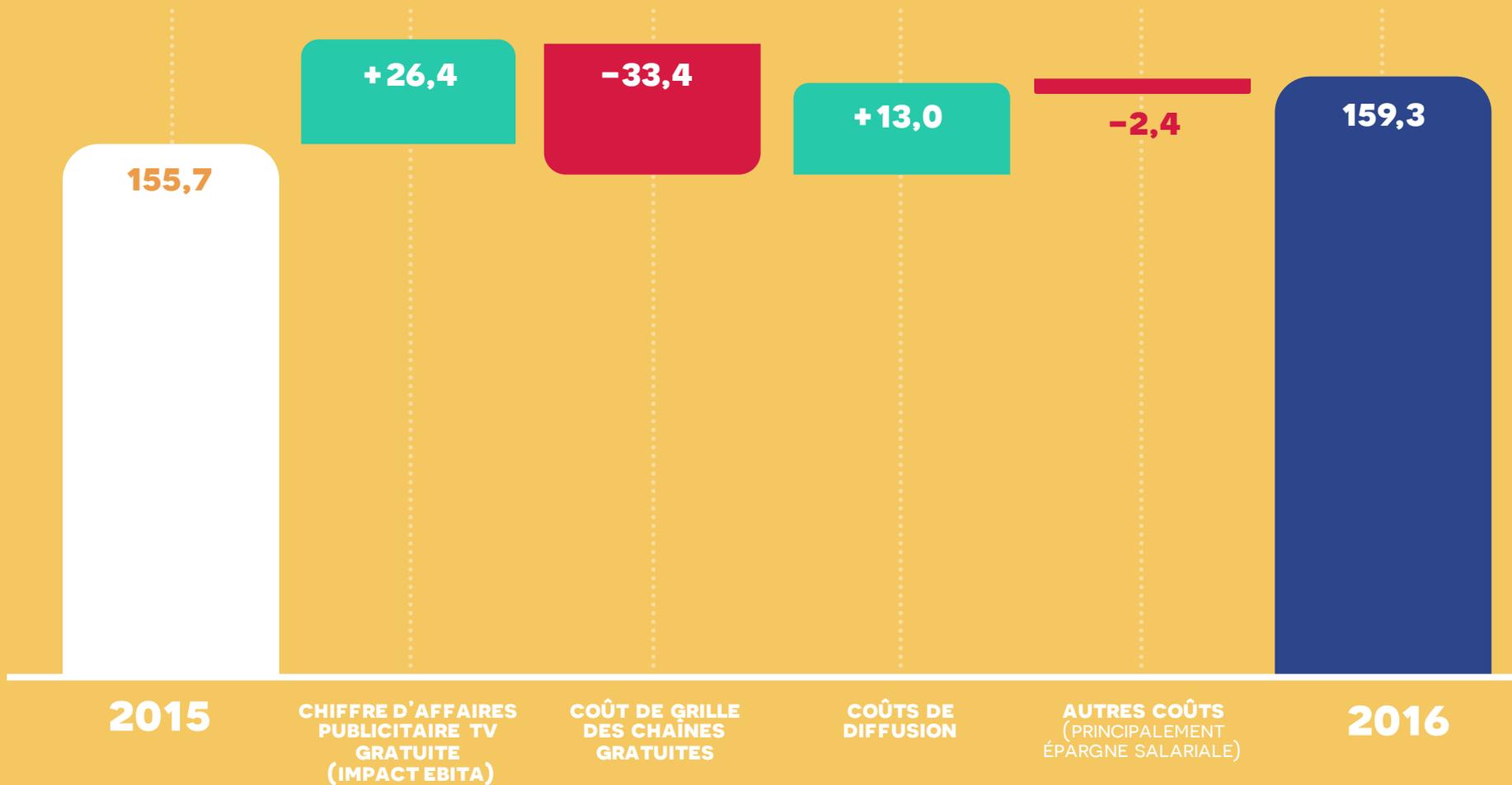
■ 2009/2015
■ 2016

ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE TV NETTE DES CHÂÎNES GRATUITES DU GROUPE M6 DEPUIS 2009 EN %



UNE ACTIVITÉ TV PERFORMANTE

EBITA TV 2016 VS. 2015 EN M€



PRODUCTION

ET DROITS —

— AUDIOVISUELS

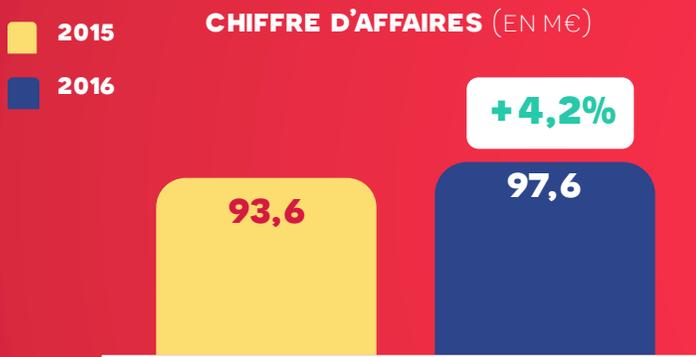


GROUPE M6



FILMS

PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS
**SUCCÈS EN SALLES DES
 FILMS DISTRIBUÉS PAR
 SND**



MARGE
8,6%

CINÉMA

UN CA ET UN EBITA EN HAUSSE GRÂCE À UN CALENDRIER DE SORTIES CINÉMA PLUS FAVORABLE



GROUPE M6

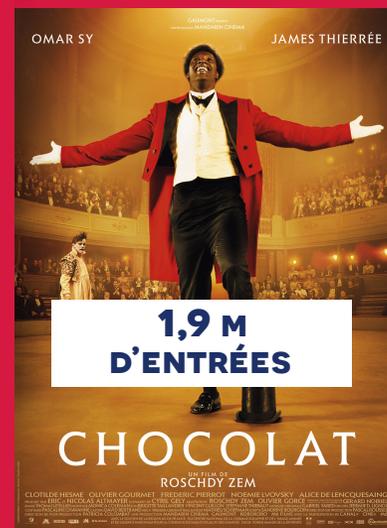
15 FILMS SORTIS EN
 SALLE VS
 13 EN 2015

**10,5 M
 D'ENTRÉES**



8 FILMS
 COPRODUITS

**9,7 M
 D'ENTRÉES**



4 DIVERSIFICATIONS



DIVERSIFICATIONS

M6 MOBILE : ARRÊT PROGRESSIF DE LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE

**TRANSFERT PROGRESSIF
DES ABONNÉS M6 MOBILE
BY ORANGE VERS DES
OFFRES ORANGE
ÉQUIVALENTES**



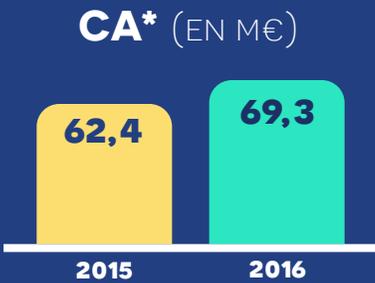
**CONTRIBUTION À L'EBITA DE 69,8 M€
EN HAUSSE DE**

+45,2 M€

**SUR UN AN GRÂCE ESSENTIELLEMENT
À L'INDEMNITÉ VERSÉE AU TITRE DE
LA FIN DE LA COMMERCIALISATION**

DIVERSIFICATIONS

M6 WEB HORS M6 MOBILE : PROGRESSION DES RECETTES PUBLICITAIRES VIDEOS SUR INTERNET



CATCH UP

LE GROUPE POURSUIT LE DÉVELOPPEMENT DE SA PLATEFORME DIGITALE

6play

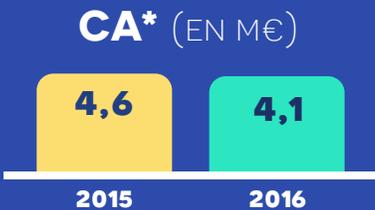
PLUS DE
15M
D'INSCRITS

1,5MD
DE VIDÉOS VUES EN 2016
(+54% SUR 1 AN)

PORTAILS

GRÂCE À L'INTÉGRATION
 OXYGEM

294M
DE VIDÉOS VUES EN 2016
(X3 VS 2015)



MCN

 GOLDEN
MOUSTACHE

 ROSE
CARPET

394M
DE VIDÉOS VUES EN 2016
(X2 VS 2015)

DIVERSIFICATIONS

VENTADIS : UN VOLUME D'AFFAIRES MAINTENU DANS UN MARCHÉ DIFFICILE

■ 2015 CHIFFRE D'AFFAIRES (EN M€)



■ 2015 EBITA (EN M€)



DE NOUVEAUX BESTSELLERS



GLAMBRUSH



STARSHOWER



POCKET HOSE



monAlbumPhoto fr

ELARGISSEMENT DE L'OFFRE

DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX SEGMENTS DE PRODUITS PHOTOS ET CAPACITÉ DE PRODUCTION DOUBLÉE



GAMME EN COURS DE RENOUVELLEMENT



ARTISHOT



TARTE EXPRESS



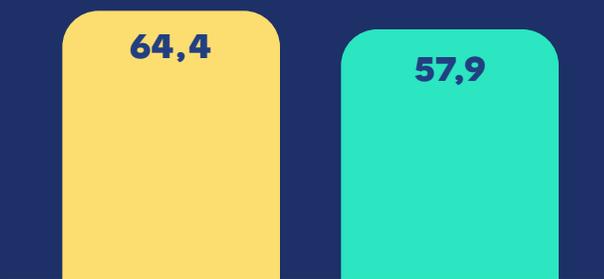
K DERM

DIVERSIFICATIONS F.C.G.B : RÉDUCTION DES PERTES

■ 2015

■ 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES (EN M€)



EBITA (EN M€)



DES RÉSULTATS SPORTIFS ENCORE INSUFFISANTS, MARQUÉS PAR LA NON-QUALIFICATION EUROPÉENNE



2014/2015

6^{ÈME}

NON QUALIFIÉ

2015/2016

11^{ÈME}

PARTICIPATION AUX
PHASES DE POULES

2016/2017

7^{ÈME}
(AU 21/02/2017)

NON QUALIFIÉ



5 COMPTES



COMPTES
**ÉTAT DU RÉSULTAT
 GLOBAL
 CONSOLIDÉ
 ÉCONOMIQUE
 SIMPLIFIÉ**

GROUPE M6	31 DÉCEMBRE 2015	31 DÉCEMBRE 2016	VARIATION 2016 / 2015 (M€)
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 249,8	1 278,7	28,9
AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS	11,3	77,1	65,8
TOTAL DES PRODUITS OPÉRATIONNELS	1 261,1	1 355,8	94,7
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(630,2)	(647,8)	(17,6)
CHARGES DE PERSONNEL (YC PARTICIPATION)	(250,4)	(261,7)	(11,3)
IMPÔTS, TAXES, VERSEMENTS ASSIMILÉS	(57,5)	(60,2)	(2,7)
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET AUX DÉPRÉCIATIONS (NETTES DE REPRISES)	(122,7)	(140,6)	(17,9)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT [EBITA]	200,2	245,5	45,3
PLUS-VALUE SUR CESSIONS D'IMMOBILISATIONS	-	-	-
PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS LIÉS AUX REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES	(1,1)	(1,2)	(0,2)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL [EBIT]	199,1	244,3	45,1
RÉSULTAT FINANCIER	2,0	0,8	(1,3)
PART DU RÉSULTAT DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES	0,9	1,7	0,8
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	202,0	246,7	44,7
IMPÔT SUR LE RÉSULTAT	(87,1)	(94,0)	(6,8)
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	114,9	152,8	37,8
PROFIT OU PERTE APRÈS IMPÔT DES ACTIVITÉS EN COURS DE CESSION / CÉDÉES	-	-	-
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	114,9	152,8	37,8
ATTRIBUABLE AU GROUPE	115,0	152,7	37,7
ATTRIBUABLE AUX INTÉRÊTS NON-CONTRÔLANTS	(0,1)	0,0	0,1

COMPTES
BILAN SIMPLIFIÉ

GROUPE M6	31 DÉCEMBRE 2015 ^(*)	31 DÉCEMBRE 2016	VARIATION 2016 / 2015 (M€)
GOODWILL	89,7	101,5	11,8
ACTIF NON COURANT	287,2	304,7	17,4
ACTIF COURANT	637,3	680,6	43,3
TRÉSORERIE	175,8	174,4	(1,4)
TOTAL ACTIF	1 190,2	1 261,3	71,0
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	583,9	616,3	32,3
INTÉRÊTS NON-CONTRÔLANTS	(0,3)	(0,1)	0,2
PASSIF NON COURANT	39,9	52,4	12,5
PASSIF COURANT	566,6	592,7	26,1
TOTAL PASSIF	1 190,2	1 261,3	71,0

(*) L'ÉCART PAR RAPPORT AUX COMPTES PUBLIÉS AU 31 DÉCEMBRE 2015 CORRESPOND AU RECLASSEMENT DES AVOIRS DIVERS À ÉMETTRE DE 17,2 M€ D'AUTRES DETTES D'EXPLOITATION À CRÉANCES CLIENTS NETTES.

COMPTES
**TABLEAU DE FLUX
 DE TRÉSORERIE**

GROUPE M6	31 DÉCEMBRE 2015	31 DÉCEMBRE 2016	VARIATION (M€)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT D'EXPLOITATION	318,2	373,2	55,1
VARIATION DE BFR D'EXPLOITATION	(65,2)	(21,0)	44,2
AVANCES AU TITRE DE CONTRATS DE LOCATION	(20,0)	-	20,0
IMPÔT	(76,2)	(83,7)	(7,6)
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	156,8	268,5	111,7
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENTS	(149,2)	(145,8)	3,3
<i>ELÉMENTS RÉCURRENTS</i>	<i>(117,8)</i>	<i>(130,4)</i>	<i>(12,6)</i>
<i>ELÉMENTS NON RÉCURRENTS</i>	<i>(31,3)</i>	<i>(15,4)</i>	<i>15,9</i>
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	(92,9)	(124,1)	(31,2)
<i>ELÉMENTS RÉCURRENTS</i>	<i>(109,9)</i>	<i>(109,2)</i>	<i>0,7</i>
<i>ELÉMENTS NON RÉCURRENTS</i>	<i>17,0</i>	<i>(14,9)</i>	<i>(31,9)</i>
EFFET DES ÉCARTS DE CONVERSION DE TRÉSORERIE	0,2	0,1	(0,1)
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	(85,1)	(1,4)	
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	260,9	175,8	(85,1)
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	175,8	174,4	(1,4)
TRÉSORERIE NETTE DE CLÔTURE	176,5	176,4	(0,1)

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 au titre de l'exercice

■ dividende ordinaire par action versé au titre de l'exercice

6 PERSPECTIVES



CHALLENGES 2017

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



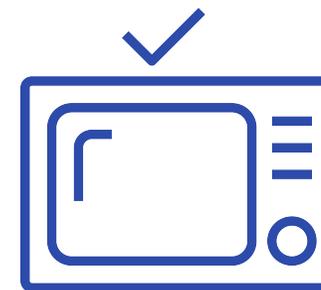
DIFFUSION DE CONTENUS



DIVERSIFICATIONS



ACTIVITÉS DIGITALES



CONSOLIDER
LES AUDIENCES

ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



GROUPE M6



STUDIO



FILMS



MANDARIN CINÉMA

ACTIVITÉS DIGITALES

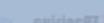


DIFFUSION DE CONTENUS

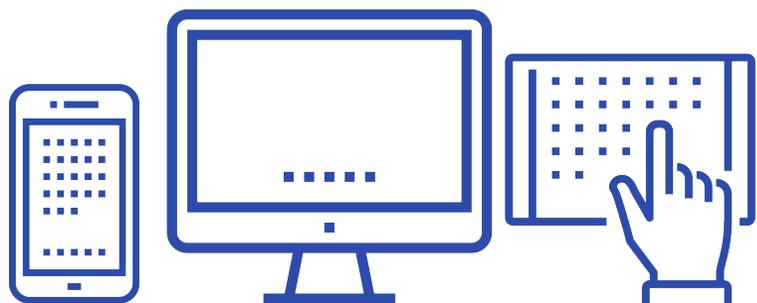


POUR SUIVRE
LES INVESTISSEMENTS
DANS LES CONTENUS

DIVERSIFICATIONS



ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



INVESTIR
DANS LE DIGITAL

ACTIVITÉS DIGITALES



ACQUISITION & PRODUCTION DE CONTENUS



DIFFUSION DE CONTENUS



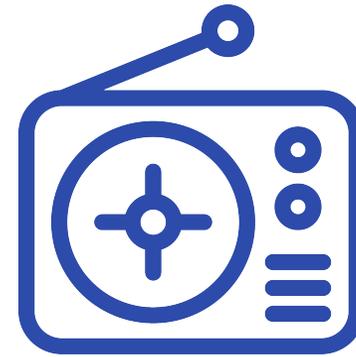
RADIO



DIVERSIFICATIONS



ACTIVITÉS DIGITALES



PROJET D'ACQUISITION DU PÔLE RADIO FRANÇAIS DE RTL GROUP

1987-2017 : UN FORT RETOUR À L'ACTIONNAIRE

■ DIVIDENDE CUMULÉ N-1
■ DIVIDENDE VERSÉ AU TITRE DE L'EXERCICE N

2,6 MDS



DIVIDENDE CUMULÉ

2,3 MDS

RÉSULTAT NET CUMULÉ



ANNEXES



ANNEXES
**COMPTE
 DE RÉSULTAT
 ANALYTIQUE
 CONSOLIDÉ**

EN M€	31/12/2016	31/12/2015	VARIATION 2016/2015	
			EN M€	EN %
TV				
CHIFFRE D'AFFAIRES – PUBLICITÉ TV GRATUITE	813,2	780,5	32,7	4,2%
CHIFFRE D'AFFAIRES – AUTRES ACTIVITÉS	42,7	41,6	1,1	2,6%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	159,3	155,7	3,6	2,3%
PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS				
CHIFFRE D'AFFAIRES	97,6	93,6	3,9	4,2%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	8,4	7,0	1,4	19,5%
DIVERSIFICATIONS				
CHIFFRE D'AFFAIRES	325,0	333,7	(8,8)	-2,6%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	89,3	42,8	46,5	108,7%
AUTRE CHIFFRE D'AFFAIRES	0,3	0,4	(0,0)	-6,2%
ELIMINATIONS ET RÉSULTATS NON AFFECTÉS	(11,5)	(5,3)	(6,2)	117,0%
CHIFFRE D'AFFAIRES DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	1 278,7	1 249,8	28,9	2,3%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	245,5	200,2	45,3	22,6%
PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS LIÉS AUX REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES	(1,2)	(1,1)	(0,2)	14,3%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	244,3	199,1	45,1	22,7%
RÉSULTAT FINANCIER	0,8	2,0	(1,3)	-62,4%
PART DANS LES SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE	1,7	0,9	0,8	96,6%
RÉSULTAT AVANT IMPÔT (EBT) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	246,7	202,0	44,7	22,1%
IMPÔT SUR LE RÉSULTAT DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	(94,0)	(87,1)	(6,8)	7,8%
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	152,8	114,9	37,8	32,9%
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS ABANDONNÉES	-	-	-	-
RÉSULTAT NET	152,8	114,9	37,8	32,9%
RETRAITEMENT DE LA PART DES MINORITAIRES	(0,0)	0,1	(0,1)	(1,2)
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	152,7	115,0	37,7	32,8%

DÉTAIL DES CONTRIBUTIONS DES SEGMENTS

TÉLÉVISION

EN M€	31/12/2016			31/12/2015			VARIATION 2016/2015		
	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	872,5	855,8	159,3	842,4	822,1	155,7	30,1	33,8	3,6

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

EN M€	31/12/2016			31/12/2015			VARIATION 2016/2015		
	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	111,8	97,6	8,4	104,9	93,6	7,0	7,0	4,1	1,5

DIVERSIFICATIONS

EN M€	31/12/2016			31/12/2015			VARIATION 2016/2015		
	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	13,3	11,5	4,7	9,4	7,3	3,7	4,0	4,2	1,0
PÔLE VENTADIS	165,1	158,7	14,3	163,3	157,7	16,9	1,8	1,0	(2,7)
M6 WEB	99,0	96,9	79,3	106,9	104,3	32,8	(7,9)	(7,4)	46,5
F.C.G.B.	58,1	57,9	(8,9)	64,8	64,4	(10,6)	(6,7)	(6,6)	1,7
ELIMINATIONS INTRA-SEGMENT	(8,8)		-	(8,3)		-	(0,5)	-	-
TOTAL DIVERSIFICATIONS	326,7	325,0	89,3	336,2	333,7	42,8	(9,4)	(8,8)	46,5

ANNEXES
**PRÉSENTATION
ANALYTIQUE DES
CONTRIBUTIONS
DU SEGMENT
TÉLÉVISION
GRATUITE**

EN M€	31/12/2016	31/12/2015	VARIATION 2016/2015	
			EN M€	EN %
CHIFFRE D'AFFAIRES – PUBLICITÉ HORS-GROUPE	792,9	762,0	31,0	4,1%
CHIFFRE D'AFFAIRES – PUBLICITÉ GROUPE	4,7	10,5	(5,7)	-54,8%
COÛT DE LA RÉGIE, TAXES D'ACTIVITÉ ET COÛTS DE DIFFUSION	(178,3)	(186,0)	7,7	-4,1%
RECETTES NETTES DIFFUSEURS	619,3	586,4	32,9	5,6%
COÛT DE LA GRILLE	(451,9)	(418,5)	(33,4)	8,0%
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	167,5	167,9	(0,5)	-0,3%
EN %	27,0%	28,6%		

A professional studio photograph session. In the foreground, two models in white, lace-trimmed dresses are posing on white blocks. One model is sitting on a block, and the other is standing behind her, embracing her. They are wearing high-heeled sandals. In the background, several photographers and crew members are visible. One woman in a black dress is taking a photo with a professional camera. Another man in a blue jacket is also taking a photo. A man in a black turtleneck is holding a large white reflector. A man in a black shirt is sitting at a desk on the left, looking at a laptop. A large white octagonal softbox is positioned behind the models, and a large white backdrop is on the right. A fan is visible in the foreground on the left.

QUESTIONS RÉPONSES
