



PRÉSENTATION
DES RÉSULTATS
—— **ANNUELS**
2017.



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 DEPOT A L'AMF (DOCUMENT DE REFERENCE INTEGRANT LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL).

GRUPE M6

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2017

1. INTRODUCTION
2. ACTIVITÉS
3. COMPTES
4. PERSPECTIVES
5. ANNEXES



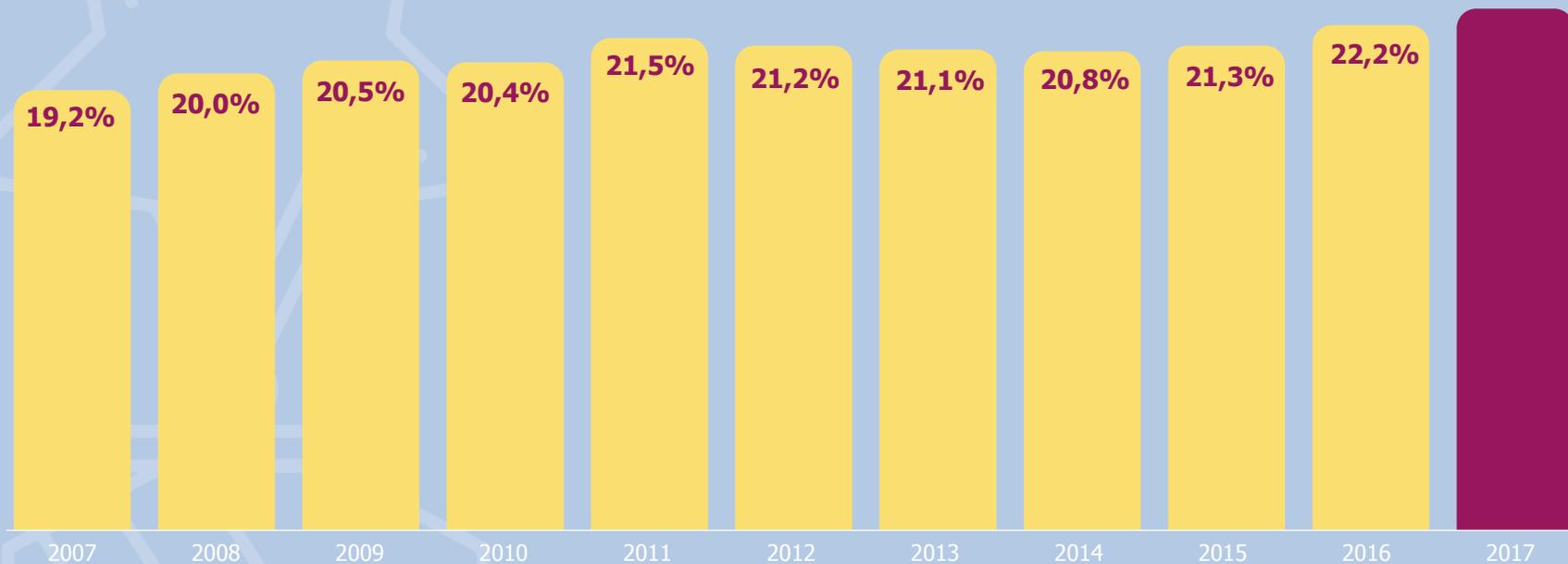
1

INTRODUCTION



PDA FRDA-50 RECORD

22,3%



PDA FRDA-50 RECORD

22,3%



1 LES CHIFFRES — CLÉS 2017

1. INTRODUCTION - CHIFFRES CLÉS

DES RÉSULTATS EN HAUSSE

CHIFFRES CLÉS (M€)

2016

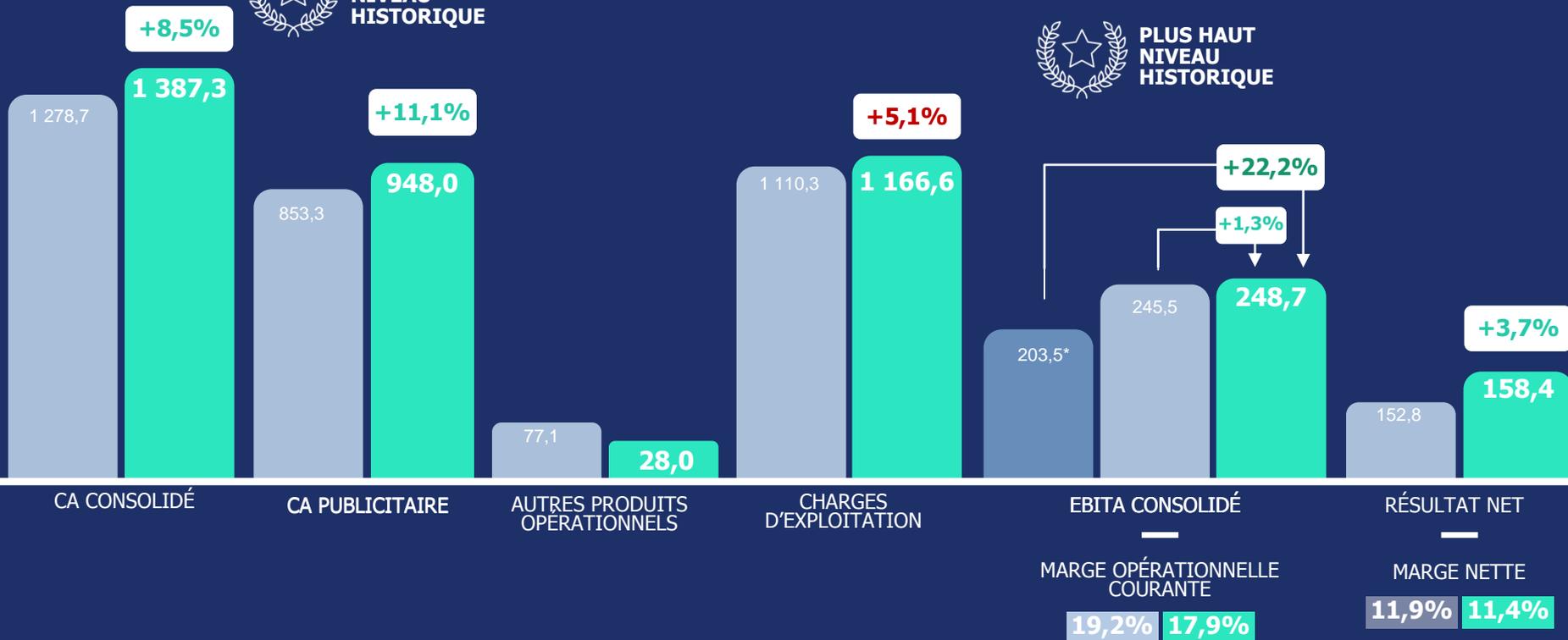
2017



PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE

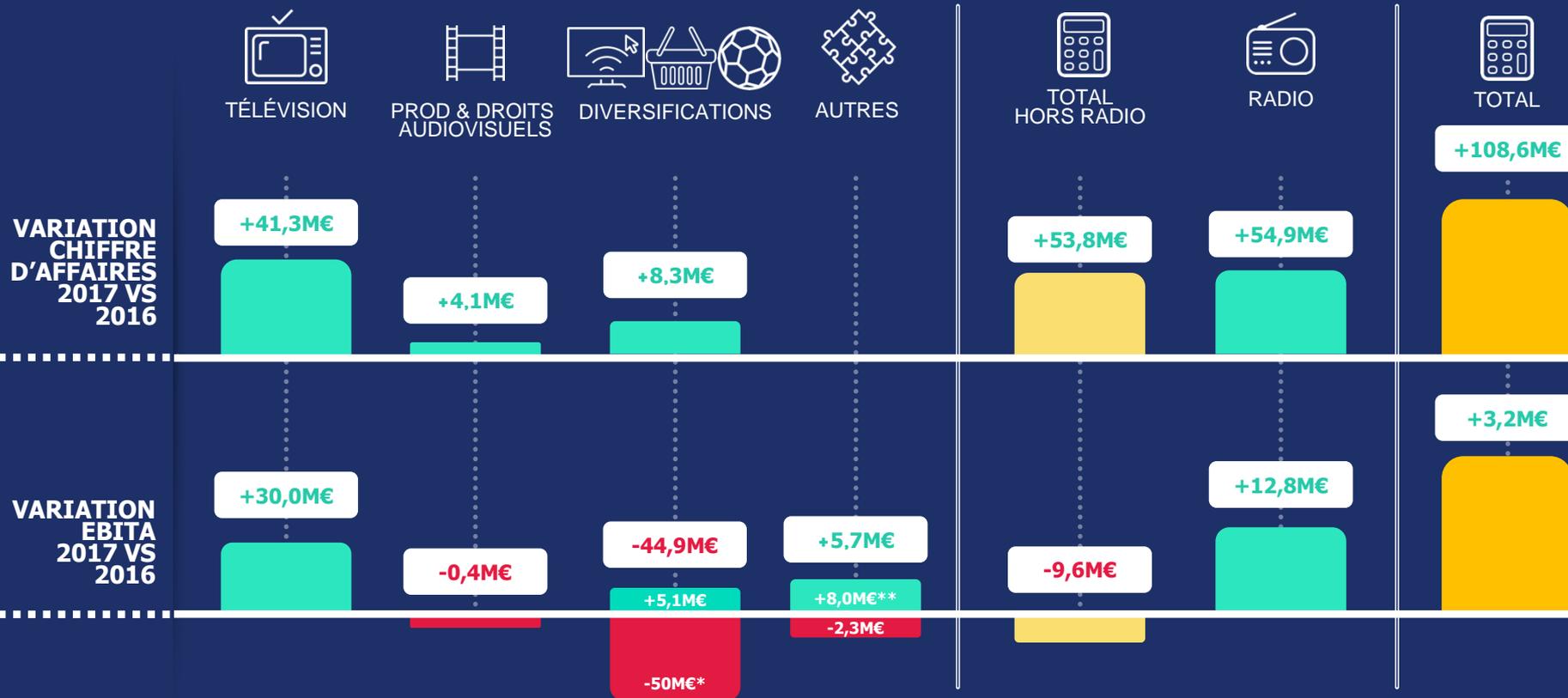


PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE



1. INTRODUCTION - CHIFFRES CLÉS

DYNAMISME DE LA TV ET INTÉGRATION DE RTL RADIO



* Indemnité de fin de contrat M6 mobile by Orange perçue en 2016

** Impact mécanique de l'indemnité non récurrente M6 mobile sur l'épargne salariale et les rémunérations variables

2

TÉLÉVISION
AUDIENCES



2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

2017 : AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE, LE GROUPE M6 ATTEINT SON PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE

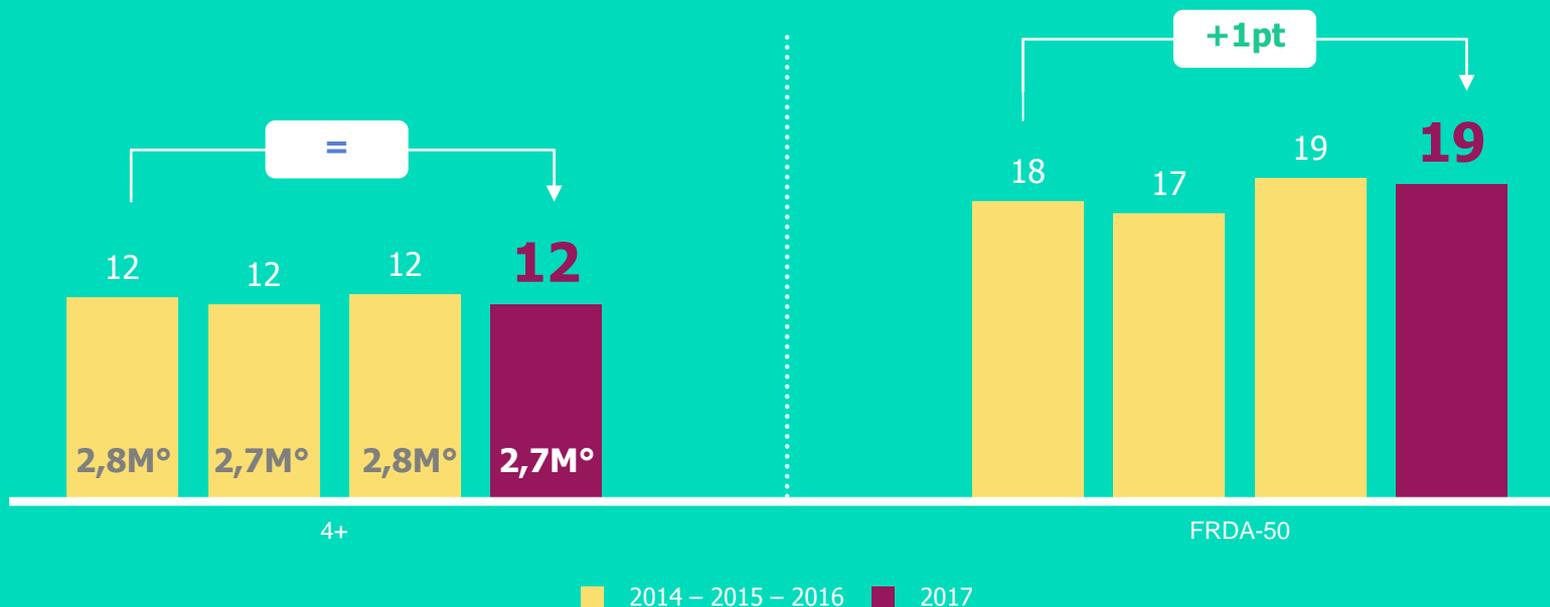
PARTS D'AUDIENCE FRDA-50 ANNUELLES DES GROUPES (%)



2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

2017 : EN SOIRÉE, LA CHAÎNE M6 PARVIENT À RESTER STABLE SUR LES 4 DERNIÈRES ANNÉES, À UN BON NIVEAU AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE

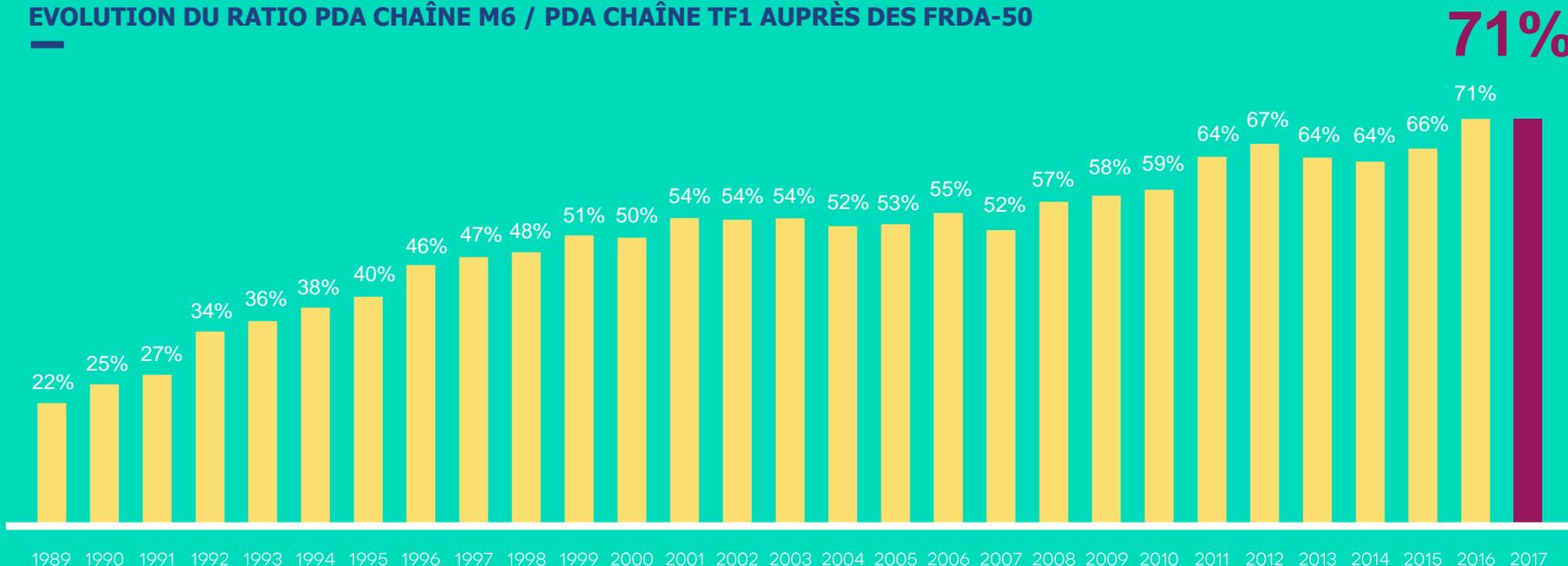
PART D'AUDIENCE 4+ / FRDA-50 (%) / AUDIENCE EN M° DE TÉLÉSPECTATEURS - TRANCHE HORAIRE 21H10-23H00 HORS SEMAINES EURO EN 2016 - AUDIENCE CONSOLIDÉE



2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

2017 : 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



2

TÉLÉVISION

— **AUDIENCES**

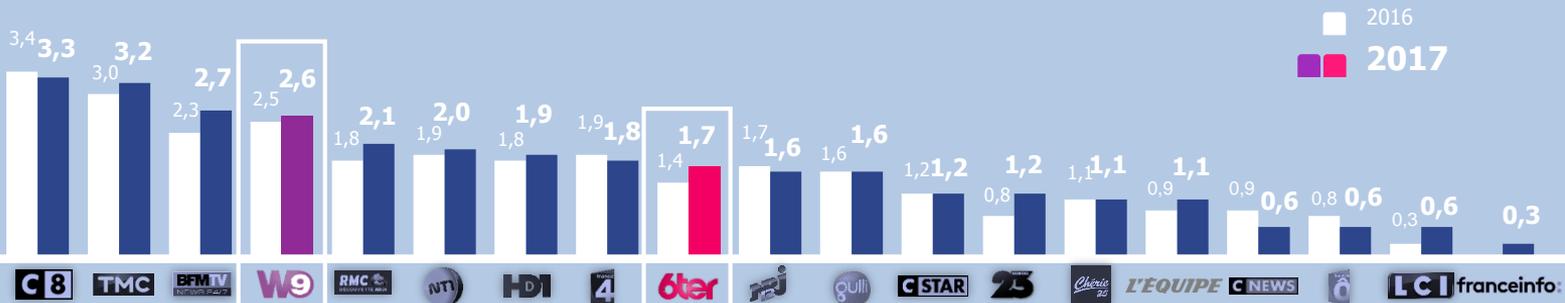
TNT —

W9 6ter

2. TÉLÉVISION - AUDIENCES TNT

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

PART
D'AUDIENCE
4+ (%)



PART
D'AUDIENCE
FRDA-50 (%)



2. TÉLÉVISION - AUDIENCES TNT

W9 RÉALISE UNE TRÈS BELLE ANNÉE EN PROGRESSION, À SON MEILLEUR NIVEAU FRDA-50 DEPUIS 2013



GROS SUCCÈS POUR
LES **TÉLÉ-RÉALITÉS** DE 20H
(900 000 TLSP)



ANNÉE RECORD POUR *UN DÎNER
PRESQUE PARFAIT* SUR W9,
LEADER TNT À 18H



W9 **1ÈRE CHAÎNE TNT EN PRIME TIME**
AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS,
GRÂCE À UN LINE-UP PUISSANT :

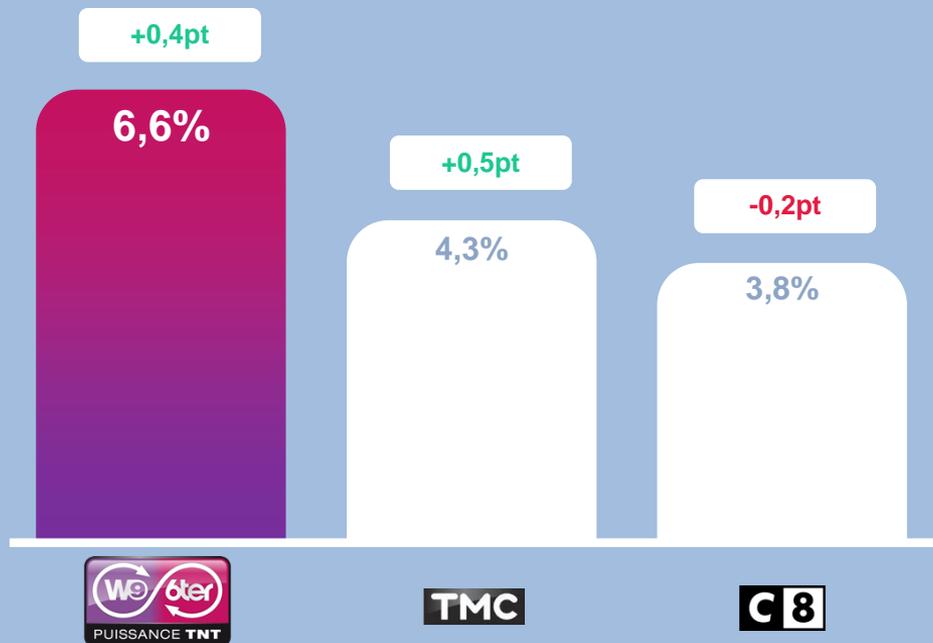
- FILMS PUISSANTS
- ANNÉE RECORD POUR LES MAGAZINES
- ANNÉE RECORD POUR L'EUROPA LEAGUE

PUISSANCE TNT L'OFFRE LEADER DE LA TNT



L'OFFRE PUBLICITAIRE
LEADER DE LA TNT

AUDIENCES 2017 (FRDA-50)



2. TÉLÉVISION - AUDIENCES TNT

6TER POURSUIT SA CROISSANCE, AVEC UNE BASE SOLIDE EN DAYTIME, LES NOUVEAUTÉS EN READY-MADE, NORBERT ET LE CINÉMA US



LES JOURNÉES ET ACCESS WEEK-END PROGRESSENT FORTEMENT, AVEC LE SUCCÈS DE **RENOVATION IMPOSSIBLE**, DE **NORBERT** **COMMIS D'OFFICE** ET **EN FAMILLE**



LE FOND DE GRILLE SEMAINE AVEC **LA PETITE MAISON DANS LA PRAIRIE**, DONT LA PRÉSENCE PLUS IMPORTANTE SUR LA GRILLE A BOOSTÉ LA CHAÎNE, NOTAMMENT EN 4+

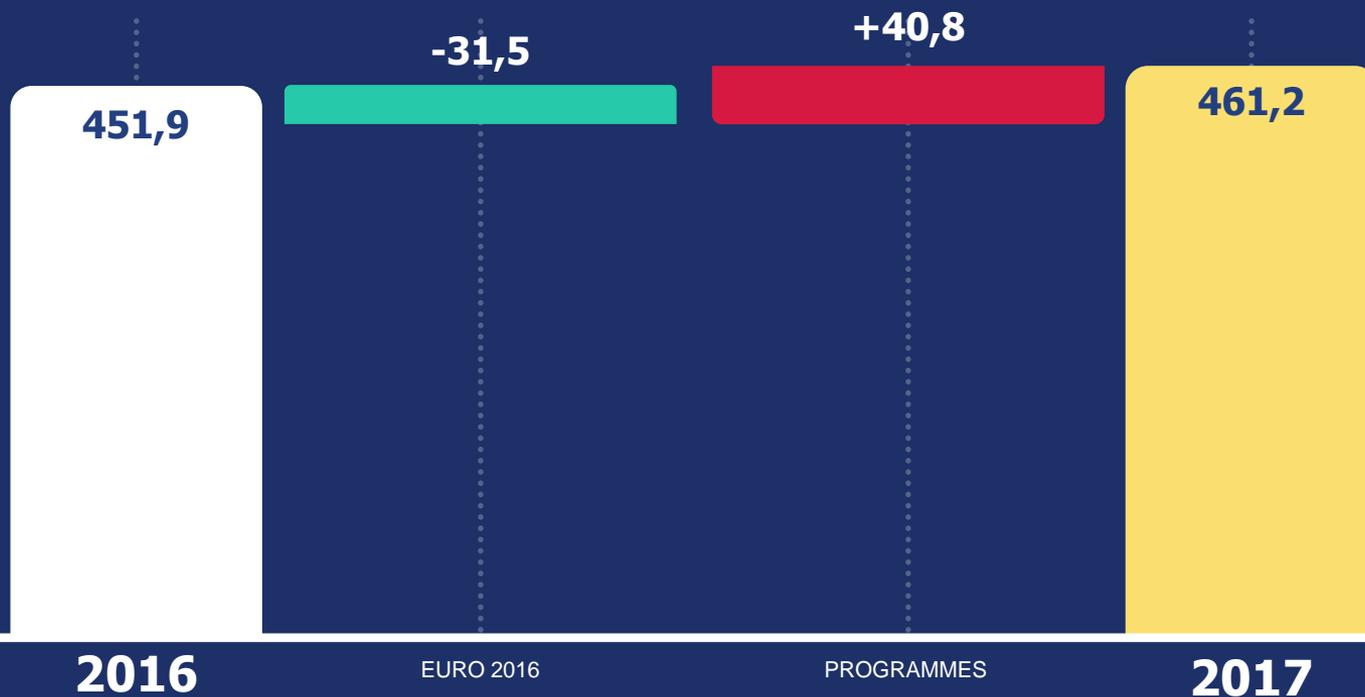


LE CINÉMA US ET **ONCE UPON A TIME**

2. TÉLÉVISION – COÛT DE GRILLE DES CHÂÎNES GRATUITES

AUGMENTATION DES DÉPENSES PROGRAMMES ET DES DÉPRÉCIATIONS DE STOCKS

EN M€



TÉLÉVISION — — AUDIENCES CAB SAT

PARIS
PREMIERE

téva

2017 : PARIS PREMIÈRE ET TÉVA, TOUJOURS DANS LE TOP 3 DES CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS REGARDÉES

P A R I S
P R E M I È R E

**N°1 : CHÂÎNE PAYANTE LA PLUS REGARDÉE AVEC
11 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS CHAQUE MOIS**

PARTS D'AUDIENCES NATIONALES EN 2017
(ÉTÉ INCLUS)



téva

**N°1 : AUPRÈS DES FRDA < 50 EN 2017 ET DEPUIS 7 ANS
N°3 : 3^{ÈME} CHÂÎNE PAYANTE LA PLUS REGARDÉE AVEC 10
MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS CHAQUE MOIS**

PARTS D'AUDIENCES NATIONALES
EN 2017 (ÉTÉ INCLUS)



2 RADIO AUDIENCES



3. RADIO

PÔLE RTL : 1^{ER} GROUPE RADIO PRIVÉ DE FRANCE



RTL

**1^{ÈRE} RADIO
DE FRANCE**

PLUS DE
6,5 MILLIONS
D'AUDITEURS
QUOTIDIENS



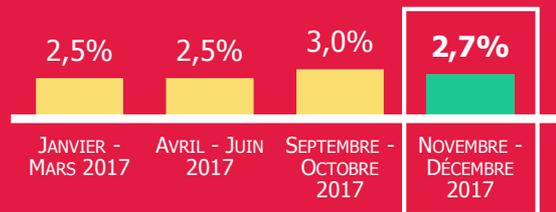
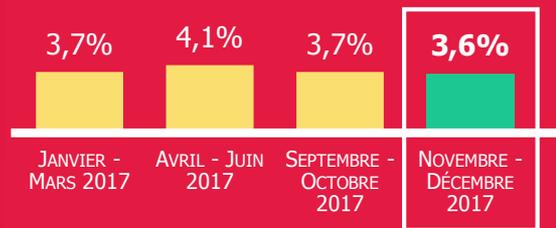
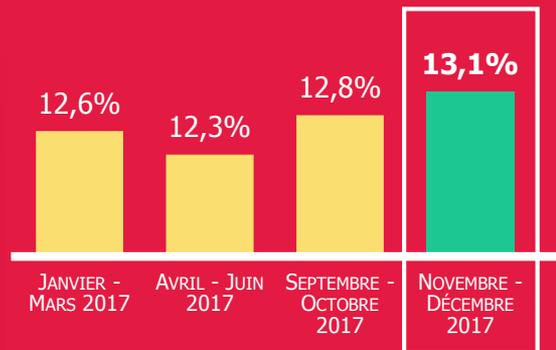
**2^{ÈME} RADIO
MUSICALE SUR
LES 25-49 ANS**



**1^{ÈRE} RADIO
MUSICALE ADULTE
SUR LES CSP+I**

PART D'AUDIENCE* (EN %)

ANNÉE 2017



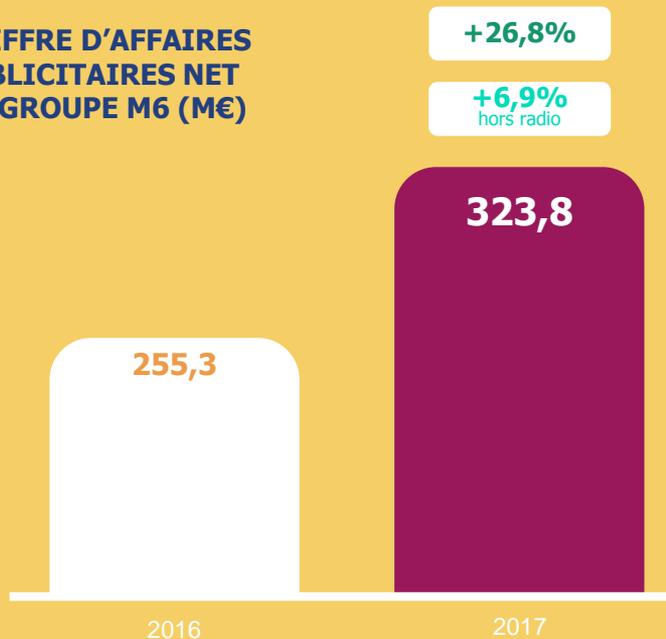
2 — MARCHÉ PUBLICITAIRE



2. MARCHÉ PUBLICITAIRE

LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRES DU GROUPE M6 EN FORTE HAUSSE AU 4^{ÈME} TRIMESTRE 2017

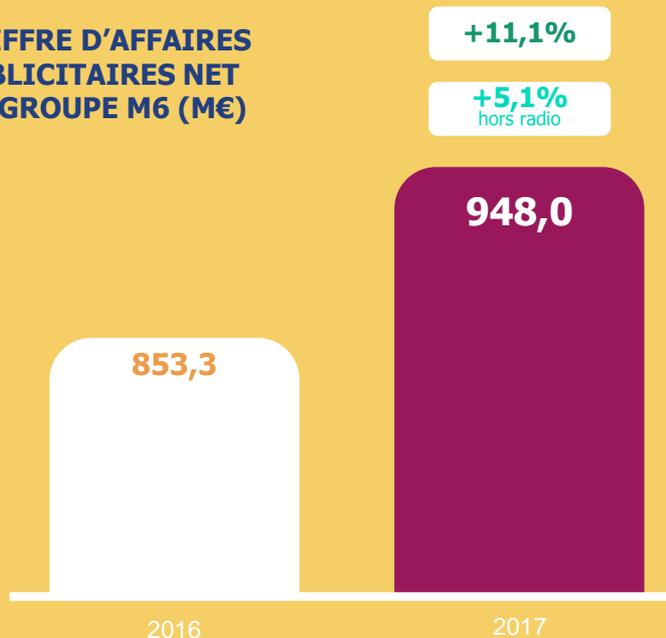
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRES NET DU GROUPE M6 (M€)



2. MARCHÉ PUBLICITAIRE

LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRES DU GROUPE M6 ATTEINT SON PLUS HAUT HISTORIQUE

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

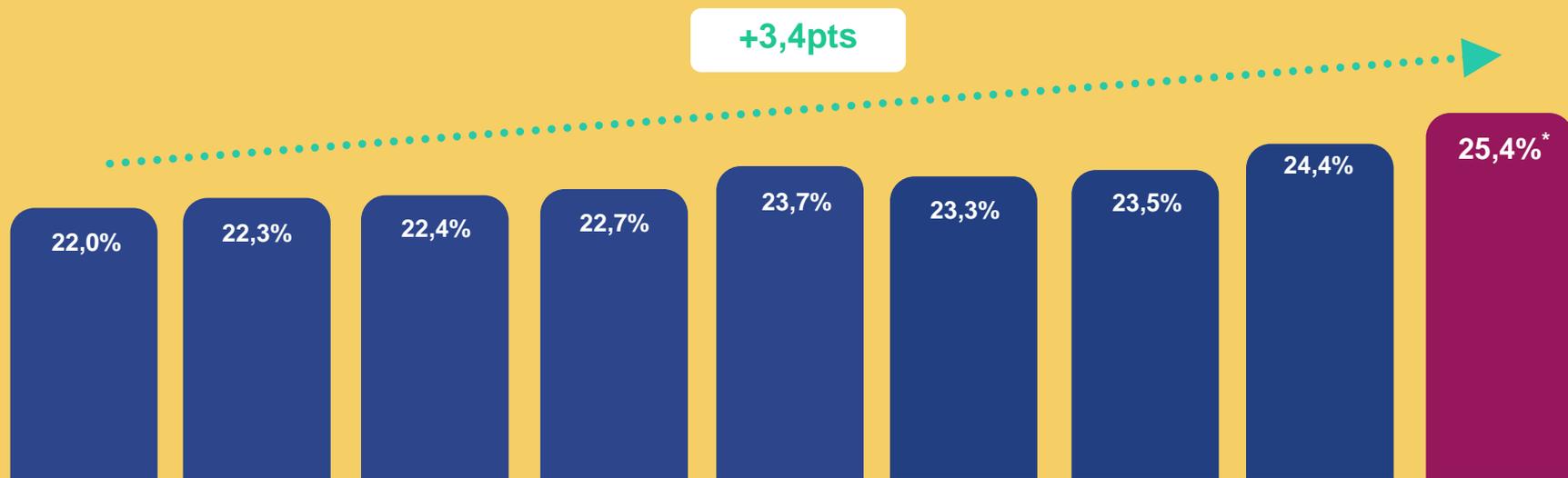


2. MARCHÉ PUBLICITAIRE

LES CHÂÎNES GRATUITES DU GROUPE M6 VOIENT LEUR PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE AUGMENTER DE +1,0 POINT EN 2017, À LEUR PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE

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

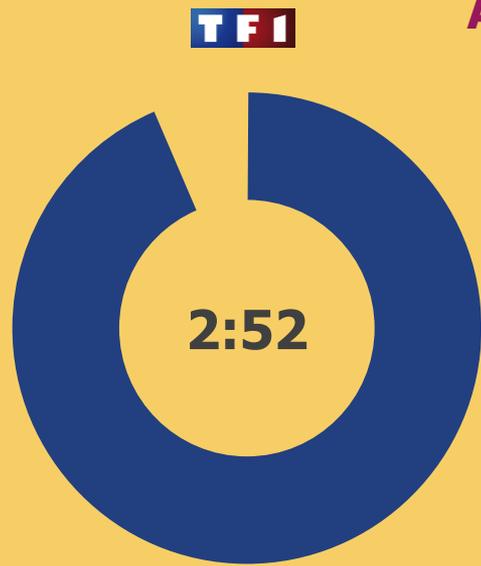
■ 2009/2016
■ 2017



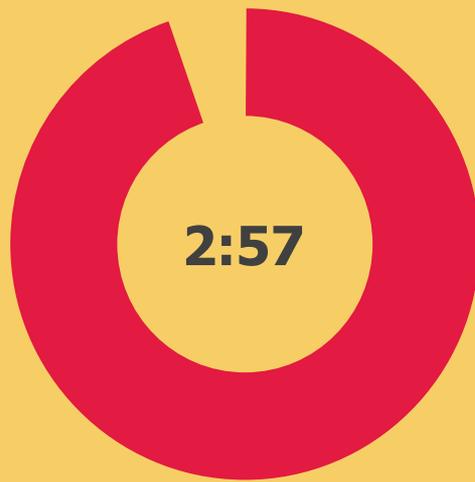
2. MARCHÉ PUBLICITAIRE

LES TEMPS DE PUBLICITÉ DIFFUSÉS SUR LES PRINCIPALES CHÂÎNES PRIVÉES SONT ÉQUIVALENTS

TEMPS DE PUBLICITÉ QUOTIDIEN MOYEN



Année 2017



Janvier 2018



2

RADIO

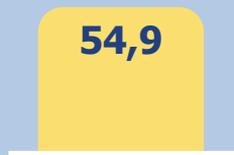


2. RADIO

INTÉGRATION DU 1^{ER} GROUPE RADIO PRIVÉ DE FRANCE

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

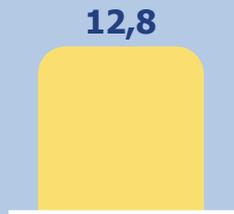
T4 2017



RAPPEL DE LA SAISONNALITÉ DU CA RADIO



EBITA (M€)



EBITA ANNUEL 2017 (M€)



2
PRODUCTION

ET DROITS —

— AUDIOVISUELS



GRUPE M6



FILMS

2. PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

SUCCÈS DES FILMS DISTRIBUÉS PAR SND

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



CINÉMA

UN LINE-UP TOUJOURS PUISSANT, QUI PROGRESSE À L'INTERNATIONAL

SND 2^{ÈME} EXPORTATEUR DE FILMS FRANÇAIS EN 2017



GRUPE M6

13 FILMS SORTIS EN
SALLE VS 15 EN 2016

10,7 M
D'ENTRÉES EN FRANCE



FILMS

8 FILMS FINANÇÉS

8,5 M
D'ENTRÉES EN FRANCE



1,9 M
D'ENTRÉES



1,8 M
D'ENTRÉES



1,0 M
D'ENTRÉES



1,3 M
D'ENTRÉES



2,5 M
D'ENTRÉES

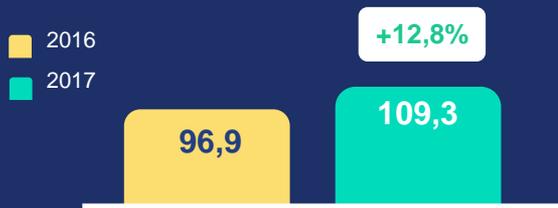
DIVERSIFICATIONS



2. DIVERSIFICATIONS

M6 WEB : DYNAMISME DES RECETTES PUBLICITAIRES VIDÉOS ET INTÉGRATION D'IGRAAL

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



CATCH UP

LE GROUPE POURSUIT LE DÉVELOPPEMENT DE SA PLATEFORME DIGITALE

6play

1,3 MD
DE VIDÉOS VUES EN
2017

1h14
1^{ÈRE} PLATEFORME
EN DURÉE D'ÉCOUTE
QUOTIDIENNE

PORTAILS

INTÉGRATION D' 

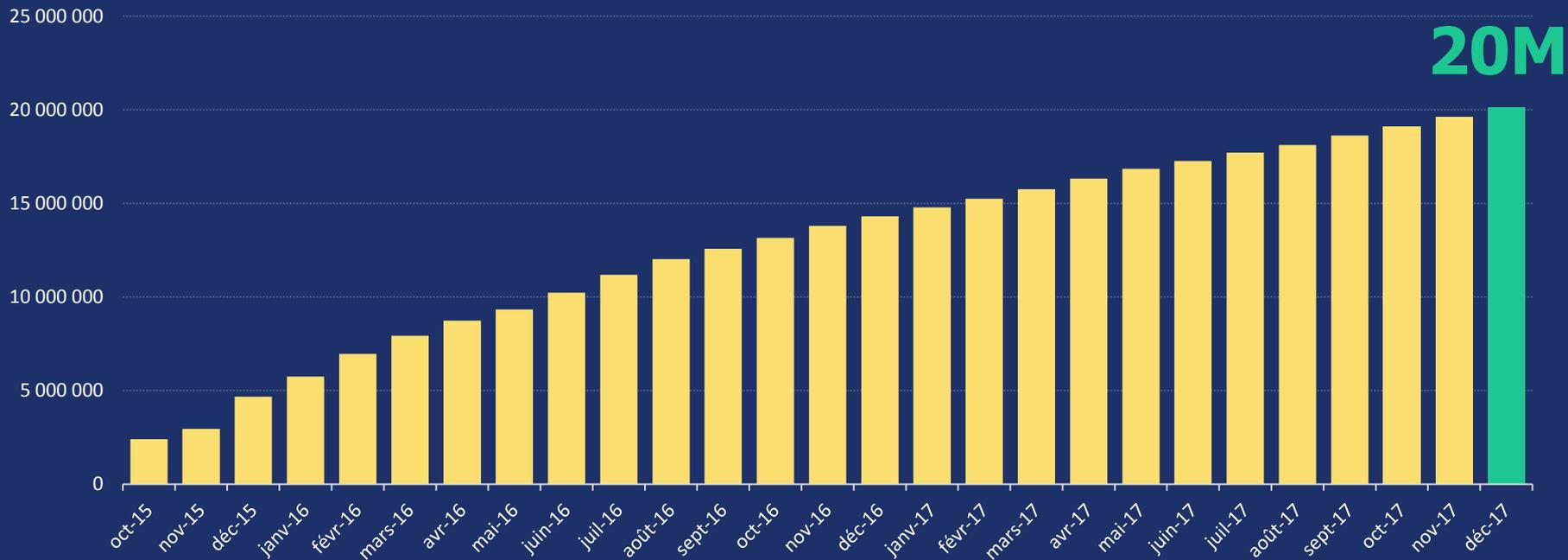
RENFORCEMENT DE LA
CAPACITÉ D'INNOVATION DU
GROUPE AU SERVICE DES E-
COMMERÇANTS

801 M
DE VIDÉOS VUES
EN 2017
(+172% SUR UN AN)

2. DIVERSIFICATIONS

20M D'INSCRITS SUR 6PLAY EN OTT

AVEC 20M DE COMPTES CRÉÉS, 6PLAY BÉNÉFICIE D'UN VRAI ATOUT SUR LE MARCHÉ PUBLICITAIRE EN TERMES DE DATA



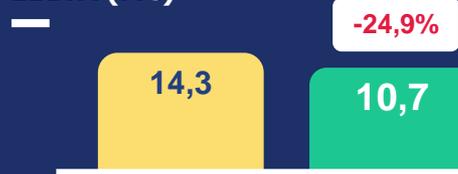
2. DIVERSIFICATIONS

VENTADIS : VOLUME D'AFFAIRES EN BAISSÉ DANS UN MARCHÉ DIFFICILE

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



EBITA (M€)



monAlbumPhoto.fr

RESTRUCTURATION EN COURS

TRANSFORMATION DIGITALE ENGAGÉE



ARTISHOT



PROTO-COL



K DERM

ACTIVITÉ PLUS SAISONNIÈRE DANS UN MARCHÉ TRÈS CONCURRENTIEL



DÉVELOPPEMENT DE LA GAMME

HAUSSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES





2. DIVERSIFICATIONS

F.C.G.B : RÉDUCTION DES PERTES

■ 2016 ■ 2017

CHIFFRE D'AFFAIRES
(M€)

+8,5%

57,9

62,8

EBITA (M€)

-8,9

-4,9

DES PERFORMANCES SPORTIVES
ENCOURAGEANTES



2015/2016

11^{ème}

PARTICIPATION
AUX PHASES DE POULES

2016/2017

6^{ème}

NON QUALIFIÉ

2017/2018

8^{ème}

PARTICIPATION
AU TOUR PRÉLIMINAIRE

3 COMPTES



3. COMPTES ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

GROUPE M6	31 DÉCEMBRE 2016	31 DÉCEMBRE 2017	VARIATION 2017 / 2016 (M€)
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 278,7	1 387,3	108,6
AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS	77,1	28,0	(49,1)
TOTAL DES PRODUITS OPÉRATIONNELS	1 355,8	1 415,4	59,5
CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	(647,8)	(708,5)	(60,7)
CHARGES DE PERSONNEL (YC PARTICIPATION)	(261,7)	(277,6)	(15,9)
IMPÔTS, TAXES, VERSEMENTS ASSIMILÉS	(60,2)	(46,1)	14,1
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET AUX DÉPRECIATIONS (NETTES DE REPRISES)	(140,6)	(134,4)	6,2
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT [EBITA]	245,5	248,7	3,2
PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS LIÉS AUX REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES	(1,2)	(2,6)	(1,4)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL [EBIT]	244,3	246,1	1,8
RÉSULTAT FINANCIER	0,8	(2,0)	(2,7)
PART DU RÉSULTAT DANS LES COENTREPRISES ET LES ENTREPRISES ASSOCIÉES	1,7	1,8	0,1
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	246,7	246,0	(0,7)
IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT	(94,0)	(87,5)	6,4
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	152,8	158,4	5,7
RÉSULTAT NET DE LA PÉRIODE	152,8	158,4	5,7
ATTRIBUABLE AU GROUPE	152,7	158,4	5,7
ATTRIBUABLE AUX INTÉRÊTS NON-CONTRÔLANTS	0,0	(0,0)	(0,0)

3. COMPTES

BILAN SIMPLIFIÉ

GRUPE M6	31 DÉCEMBRE 2016	31 DÉCEMBRE 2017	VARIATION 2017 / 2016 (M€)
GOODWILL	101,5	235,6	134,1
ACTIF NON COURANT	304,7	405,3	100,6
ACTIF COURANT	680,6	822,0	141,3
TRÉSORERIE	174,4	54,3	(120,2)
TOTAL ACTIF	1 261,3	1 517,1	255,8
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	616,3	662,3	46,0
INTÉRÊTS NON- CONTRÔLANTS	(0,1)	(0,1)	0,0
PASSIF NON COURANT	52,4	146,0	93,6
PASSIF COURANT	592,7	708,9	116,2
TOTAL PASSIF	1 261,3	1 517,1	255,8

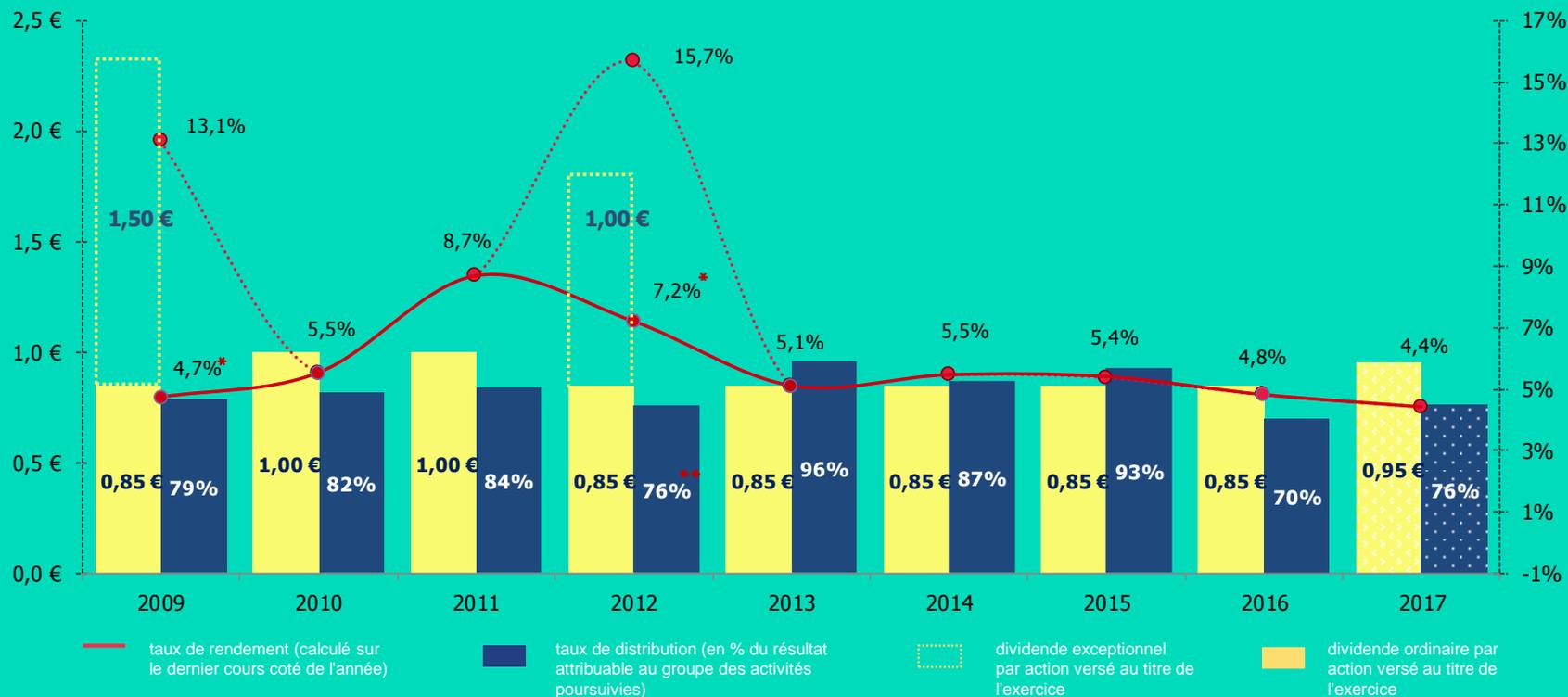
3. COMPTES

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

GRUPE M6	31 DÉCEMBRE 2016	31 DÉCEMBRE 2017	VARIATION 2017 / 2016 (M€)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT D'EXPLOITATION	373,2	363,5	(9,7)
VARIATION DE BFR D'EXPLOITATION	(21,0)	(31,9)	(10,9)
IMPÔT	(83,7)	(111,4)	(27,7)
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	268,5	220,2	(48,4)
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENTS	(145,8)	(307,1)	(161,3)
<i>ÉLÉMENTS RÉCURRENTS</i>	<i>(130,4)</i>	<i>(110,2)</i>	<i>20,3</i>
<i>ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS</i>	<i>(15,4)</i>	<i>(197,0)</i>	<i>(181,6)</i>
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	(124,1)	(33,0)	91,0
<i>DISTRIBUTION DE DIVIDENDES</i>	<i>(107,7)</i>	<i>(108,6)</i>	<i>(0,9)</i>
<i>OPÉRATIONS EN CAPITAL</i>	<i>(14,9)</i>	<i>(7,7)</i>	<i>7,2</i>
<i>FINANCEMENT DU PÔLE RADIO</i>	<i>-</i>	<i>83,7</i>	<i>83,7</i>
<i>AUTRES</i>	<i>(1,5)</i>	<i>(0,4)</i>	<i>1,0</i>
EFFET DES ÉCARTS DE CONVERSION DE TRÉSORERIE	0,1	(0,2)	(0,2)
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	(1,4)	(120,2)	
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	175,8	174,4	(1,4)
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	174,4	54,3	(120,2)
TRÉSORERIE NETTE DE CLÔTURE	176,4	(28,3)	(204,7)

3. COMPTES

PROPOSITION DE VERSEMENT D'UN DIVIDENDE DE 0,95€ PAR ACTION



4 PERSPECTIVES



CHALLENGES 2018

SE RENFORCER
EN CONTENUS
ÉVÉNEMENTIELS
ET LOCAUX

QUADRAS
IL N'Y A PAS D'ÂGE POUR FAIRE SA CRISE



**SOUVIENS
TOI**

DÉVELOPPER
LA PRODUCTION
INTERNE



GRUPE M6



FILMS

ACCOMPAGNER
LES NOUVEAUX MODES
DE CONSOMMATION
DE PROGRAMMES TV

6play

ÉTABLIR
UN NOUVEL
ÉQUILIBRE AVEC LES
DISTRIBUTEURS



orange™



altice



GRUPE



free

CONSTRUIRE
UN GROUPE
PLURIMÉDIA

RTL



100% DANSE/LOUJ



LE SON POP-ROCK



ANNEXES



5. ANNEXES

COMPTE DE RÉSULTAT ANALYTIQUE CONSOLIDÉ

EN M€	31/12/2017	31/12/2016	VARIATION 2017/2016	
			EN M€	EN %
TV				
CHIFFRE D'AFFAIRES - PUBLICITÉ TV GRATUITE	829,5	792,9	36,6	4,6%
CHIFFRE D'AFFAIRES - AUTRES ACTIVITÉS	67,7	62,9	4,8	7,6%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	189,2	159,3	30,0	18,8%
RADIO				
CHIFFRE D'AFFAIRES	54,9	-	54,9	0,0%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	12,8	-	12,8	-
PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS				
CHIFFRE D'AFFAIRES	101,7	97,6	4,1	4,2%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	8,0	8,4	(0,4)	-4,6%
DIVERSIFICATIONS				
CHIFFRE D'AFFAIRES	333,3	325,0	8,3	2,6%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA)	44,4	89,3	(44,9)	-50,3%
AUTRE CHIFFRE D'AFFAIRES	0,3	0,3	(0,0)	-8,2%
ELIMINATIONS ET RÉSULTATS NON AFFECTÉS	(5,8)	(11,5)	5,7	-49,9%
CHIFFRE D'AFFAIRES DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	1 387,3	1 278,7	108,6	8,5%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (EBITA) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	248,7	245,5	3,2	1,3%
PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS LIÉS AUX REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES	(2,6)	(1,2)	(1,4)	111,9%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL (EBIT) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	246,1	244,3	1,8	0,8%
RÉSULTAT FINANCIER	(2,0)	0,8	(2,7)	-
PART DANS LES SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE	1,8	1,7	0,1	8,1%
RÉSULTAT AVANT IMPÔT (EBT) DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	246,0	246,7	(0,7)	-0,3%
IMPÔT SUR LE RÉSULTAT DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	(87,5)	(94,0)	6,4	-6,8%
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	158,4	152,8	5,7	3,7%
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS ABANDONNÉES	-	-	-	-
RÉSULTAT NET	158,4	152,8	5,7	3,7%
RETRAITEMENT DE LA PART DES MINORITAIRES	0,0	(0,0)	0,0	-
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	158,4	152,7	5,7	3,7%

DÉTAIL DES CONTRIBUTIONS DES SEGMENTS

TÉLÉVISION

EN M€	31/12/2017			31/12/2016			Variation 2017/2016		
	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	913,6	897,2	189,2	872,5	855,8	159,3	41,1	41,3	30,0

RADIO

EN M€	31/12/2017			31/12/2016			VARIATION 2017/2016		
	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 RADIO	55,3	54,9	12,8	-	-	-	55,3	54,9	12,8

5. ANNEXES

DÉTAIL DES CONTRIBUTIONS DES SEGMENTS

PRODUCTION
ET DROITS
AUDIOVISUELS

EN M€	31/12/2017			31/12/2016			VARIATION 2017/2016		
	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	111,5	101,7	8,0	111,8	97,6	8,4	(5,8)	(1,3)	(1,6)

DIVERSIFICATIONS

EN M€	31/12/2017			31/12/2016			VARIATION 2017/2016		
	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	18,4	16,2	5,1	13,3	11,5	4,7	5,1	4,7	0,4
PÔLE VENTADIS	150,2	145,0	10,7	165,1	158,7	14,3	(14,9)	(13,7)	(3,6)
M6 WEB	111,6	109,3	33,5	99,0	96,9	79,3	(7,5)	(7,6)	(48,7)
F.C.G.B.	63,3	62,8	(4,9)	58,1	57,9	(8,9)	5,2	4,9	4,0
ELIMINATIONS INTRA-SEGMENT	(8,2)		-	(8,8)		-	0,6	-	-
CA INTER-SEGMENT	2,0			1,8			0,2		
TOTAL DIVERSIFICATIONS	335,3	333,3	44,4	326,7	325,0	89,3	(11,5)	(11,7)	(47,9)

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

CHAÎNES GRATUITES : MARGE BRUTE DE LA GRILLE

EN M€	31/12/2017	31/12/2016	VARIATION 2017/2016	
			EN M€	EN %
CHIFFRE D'AFFAIRES - PUBLICITÉ TV GRATUITE HORS-GROUPE	829,5	792,9	36,6	4,6%
CHIFFRE D'AFFAIRES - PUBLICITÉ TV GRATUITE GROUPE	4,4	4,7	(0,4)	-7,6%
COÛT DE LA RÉGIE, TAXES D'ACTIVITÉ ET COÛTS DE DIFFUSION	(166,2)	(178,3)	12,1	-6,8%
RECETTES NETTES DIFFUSEURS	667,6	619,3	48,3	7,8%
COÛT DE LA GRILLE	(461,2)	(451,9)	(9,3)	2,1%
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	206,4	167,5	38,9	23,3%
EN %	30,9%	27,0%		

QUESTIONS RÉPONSES

