

Résultats du 1^{er} semestre 2008

25 Juillet 2008



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.

Sommaire



1. Introduction
2. Un environnement en mutation
 - La fragmentation des audience s'accélère
 - Un marché publicitaire complexe
3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance
 - L'Antenne M6
 - Audiences
 - Marché publicitaire
 - Chiffres clés
 - W9 et les chaînes numériques
 - Audiences
 - Chiffres clés
 - Diversifications et droits audiovisuels
 - Principaux développements
 - Chiffres clés
4. Perspectives
5. Comptes au 30 Juin 2008
6. Annexes

1. Introduction



1. Introduction

Les faits marquants du 1er semestre 2008



Audiences et marché publicitaire

- ⇒ **La fragmentation s'accélère** au profit des chaînes de la TNT
- ⇒ Cette fragmentation s'opère dans un **marché publicitaire perturbé** au premier semestre

Le Groupe confirme sa surperformance

- ⇒ **La chaîne M6 bénéficie de sa stratégie d'investissements** dans les programmes et renforce sa puissance aux heures de grande écoute
- ⇒ **W9 réalise un premier semestre de forte croissance** et affirme son positionnement de leader sur les cibles commerciales
- ⇒ Les diversifications et droits audiovisuels font l'objet de **nouveaux développements**
 - Acquisition de Cyréalis
 - Lancement de M6 Replay
 - Renforcement des activités de catalogue

Perspectives

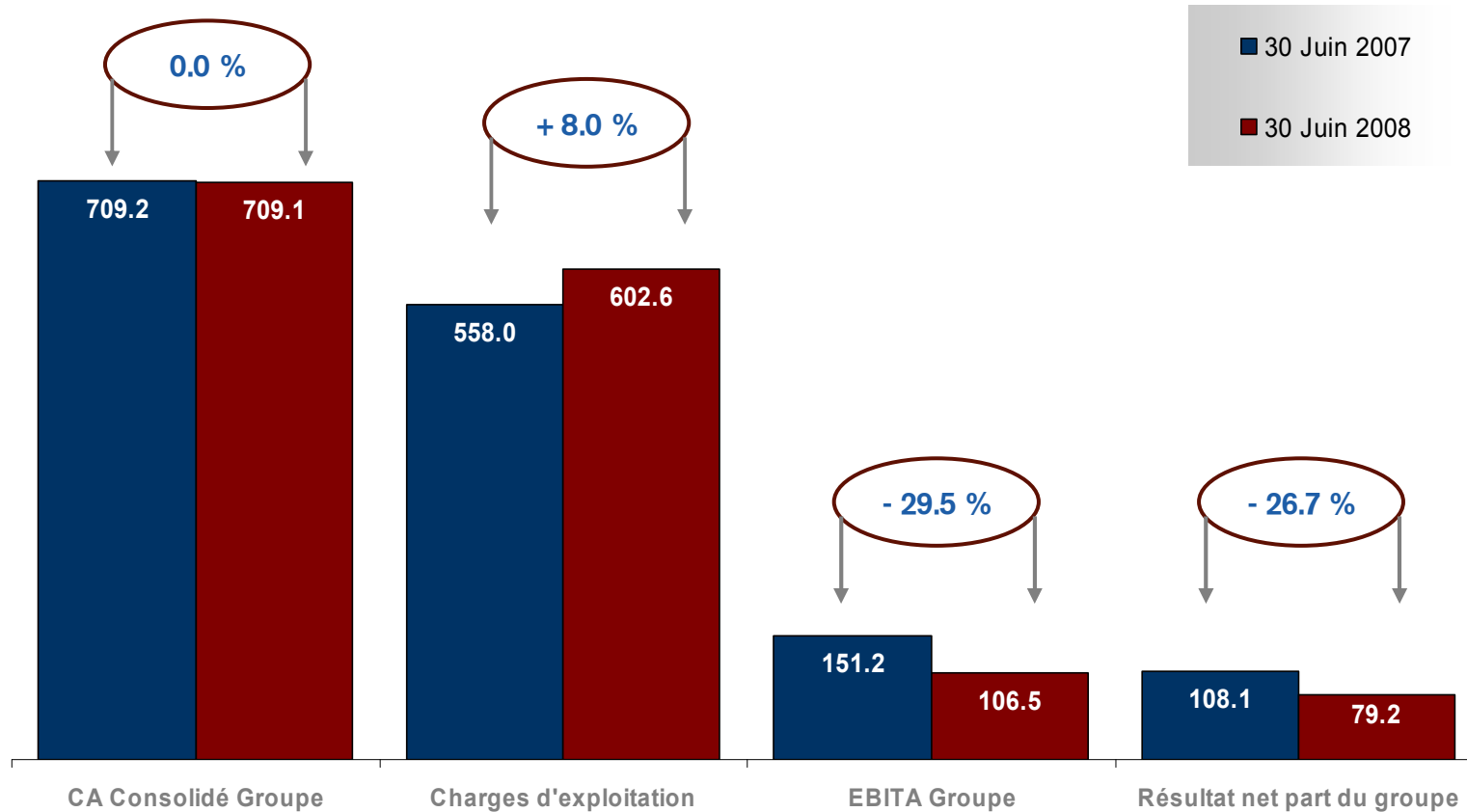
- ⇒ **Evolutions** réglementaires et législatives

1. Introduction

Les chiffres clés consolidés au 30 Juin 2008



En M€



1. Introduction

Les contributions par segment



	Chiffre d'Affaires		EBITA	
	30/06/2007	30/06/2008	30/06/2007	30/06/2008
Antenne M6	367.6	370.2	+ 125.1	+ 79.7
Télévision numérique	49.3	63.0	+ 4.4	+ 7.7
Diversifications et droits audiovisuels	292.3	275.9	+ 25.1	+ 21.5
Eliminations et résultats non affectés	0.1	0.1	- 3.3	- 2.4
Total	709.2	709.1	+ 151.2	+ 106.5

N. B :

- La contribution des sociétés immobilières, auparavant intégrée dans le segment Antenne M6, a été retraitée sur les deux périodes en éliminations et résultats non affectés
- L'activité de distribution de vidéos unitaires, auparavant incluse dans le périmètre de M6 Interactions, a été apportée au cours du 1er semestre 2008 à l'activité de Droits audiovisuels. Le reclassement intra-segment porte sur un Chiffre d'Affaires au 30 Juin 2008 de 5,1 M€ (contre 11,5 M€ au 30 Juin 2007) et un EBITA de -0,6 M€ (contre 0,1 M€)
- Le groupe Cyréalys, consolidé à compter du 1er Mai 2008, a contribué au Chiffre d'Affaires à hauteur de 1,2 M€ et à l'EBITA à hauteur de 0,4 M€

1. Introduction

Les ratios financiers



<i>En M € sauf données en %</i>	<i>En année pleine</i>		<i>1er Semestre</i>		
	2006	2007	2006	2007	2008
Indicateurs et ratios clés					
FCF hors investissements de croissance	230.7	236.9	131.1	105.2	89.3
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	17.4%	17.4%	18.4%	21.3%	15.0%
Cash Conversion Ratio ajusté ^(A)	103.5%	100.4%	107.2%	69.6%	83.8%
Marge Nette (Res. Net / CA) ^(B)	11.9%	12.4%	13.6%	15.3%	11.2%

(A) Ratio calculé sur la base du FCF ajusté (hors investissements exceptionnels et investissements de croissance)

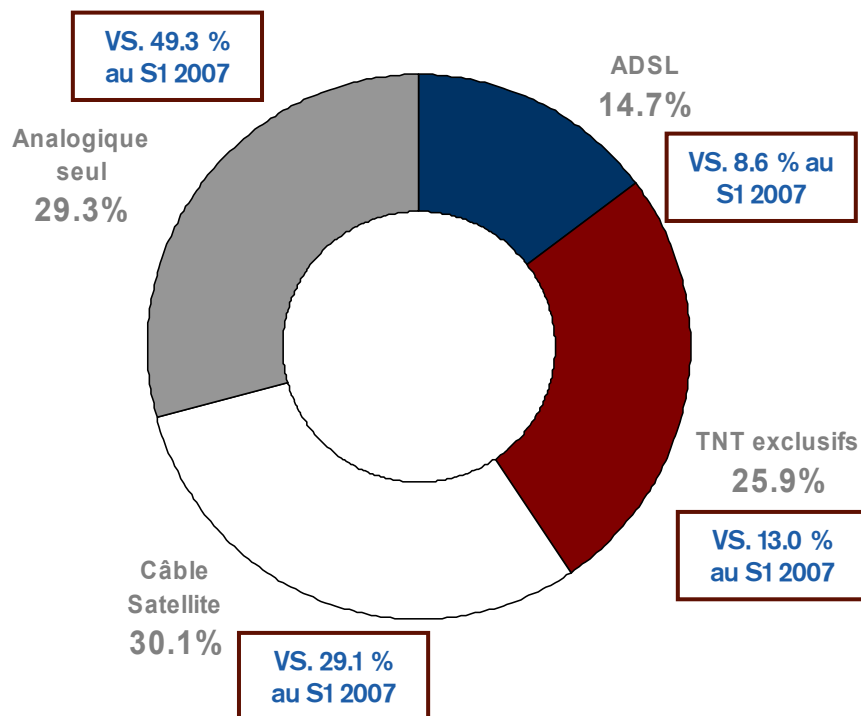
(B) Sur la base du résultat net des activités poursuivies (hors TPS en 2006)

2. Un environnement en mutation



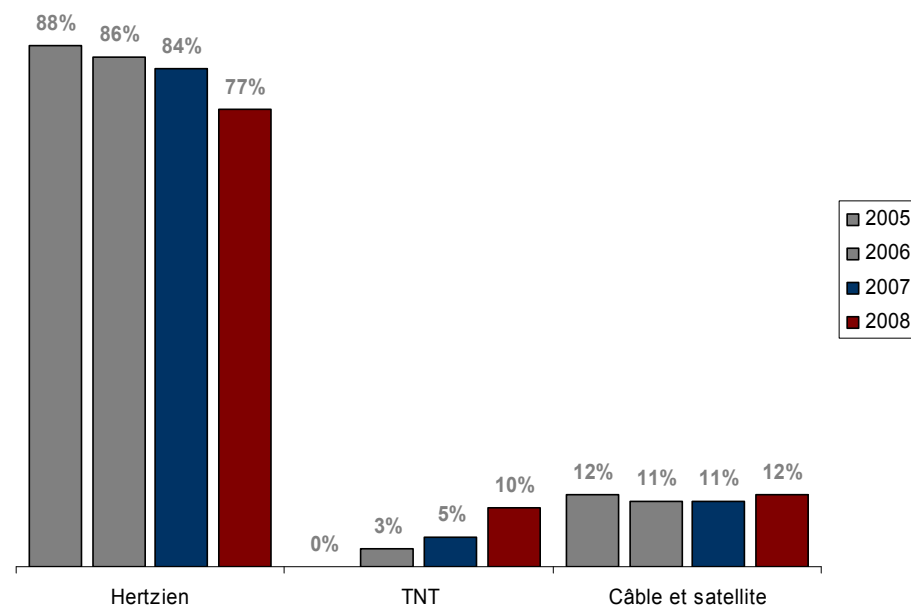
2. Un environnement en mutation

Une fragmentation accélérée sous l'impulsion de la montée en puissance du multi-chaînes et du développement rapide de la TNT



Répartition de l'équipement et du mode de réception TV (1^{er} semestre 2008)

Source : Médiamétrie – MediaCabSat vague 15 décembre 2007 – juin 2008. Nombre de personnes de 4 ans et plus vivant dans un foyer recevant une de ces offres. Médiamétrie MediaCabSat vague 13 janvier – juin 2007



Evolution au 1^{er} semestre des parts d'audience 4 ans et plus

Source : Médiamétrie

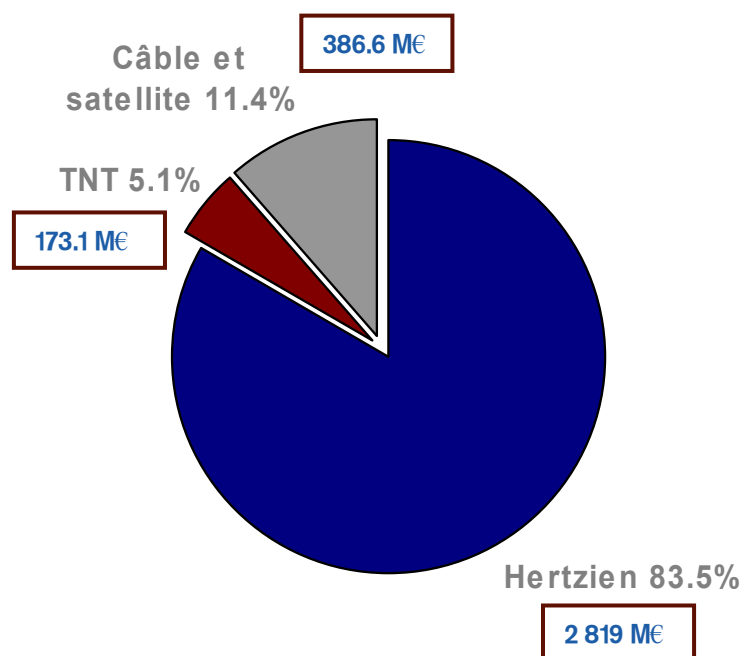
2. Un environnement en mutation

Une fragmentation accélérée : une attractivité accrue pour les chaînes de la TNT



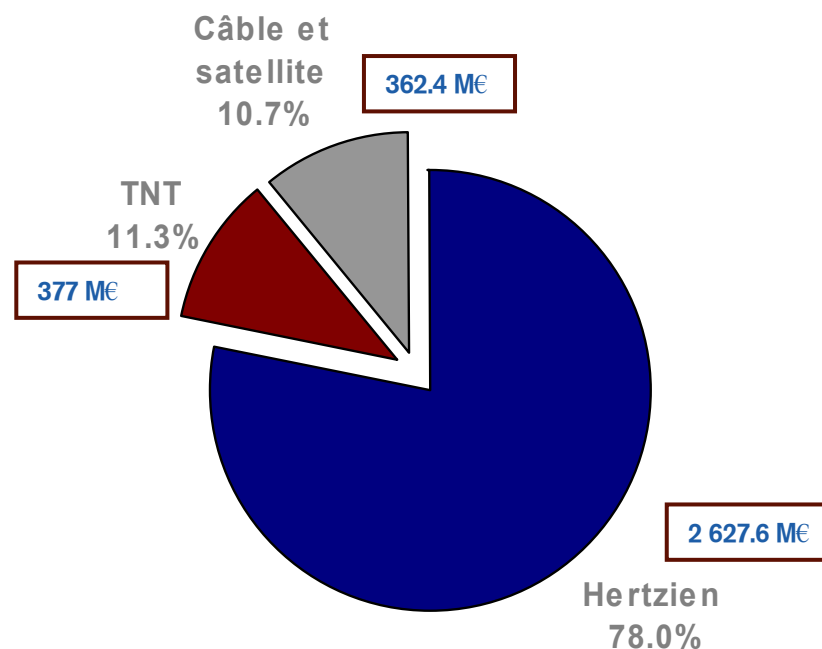
Les investissements publicitaires bruts sur les chaînes de la TNT représentent désormais 11.3 % du total TV, ayant plus que doublé par rapport au 1^{er} semestre 2007

Total TV : 3 378.7 M€



Répartition des investissements TTV bruts
1^{er} semestre 2007

Total TV : 3 367 M€



Répartition des investissements TTV bruts
1^{er} semestre 2008

Source : TNS MI

2. Un environnement en mutation

Une fragmentation accélérée : une attractivité accrue pour les chaînes de la TNT

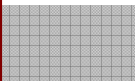
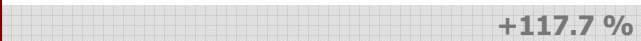
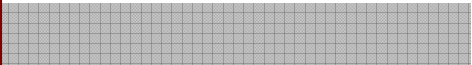
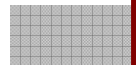


en données brutes : janv-juin 2008 vs janv-juin 2007

Le marché publicitaire plurimedia en brut : 12 409.7 M€ soit une hausse de 5.6% vs janv-juin 2007

Evolution janv-juin 2008 vs janv-juin 2007

Investissements janv-juin 2008 en M€

TOTAL PLURIMEDIA		+5.6%	12 409.7
PRESSE		+4.3%	3 820.7
TÉLÉVISION hertzienne+numérique+régionale		-1.5%	3 677
Chaînes hertziennes*		-7.4%	2 923.8
Chaînes TNT		+117.7 %	377
Chaînes Cab-Sat		-6.3 %	362.3
INTERNET		+38.1%	1 828.2
RADIO		+0.8	1 649
AFFICHAGE		+3.2%	1 347.9
CINÉMA		-5.2%	86.9

Source : TNS Media Intelligence - Hors auto promotion et abonnements – Univers constant 2008 vs 2007 – *Chaînes hertziennes. : CA net FTV et TF1 Cristal en 2008 attention donc sur l'interprétation des données et évolutions sur la TV hertzienne historique et le global TV. Chaînes hertziennes y compris le parrainage.

2. Un environnement en mutation

Un marché publicitaire complexe au 1^{er} semestre 2008



- Une réforme du mode de commercialisation : système de vente des écrans publicitaires en net vs. brut
- L'annonce de la suppression de la publicité sur certaines des chaînes du Groupe France Télévisions
 - ⇒ suppression partielle (après 20h00) à compter du 1^{er} janvier 2009
 - ⇒ suppression totale à compter du 1^{er} décembre 2011



- Un environnement économique difficile

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

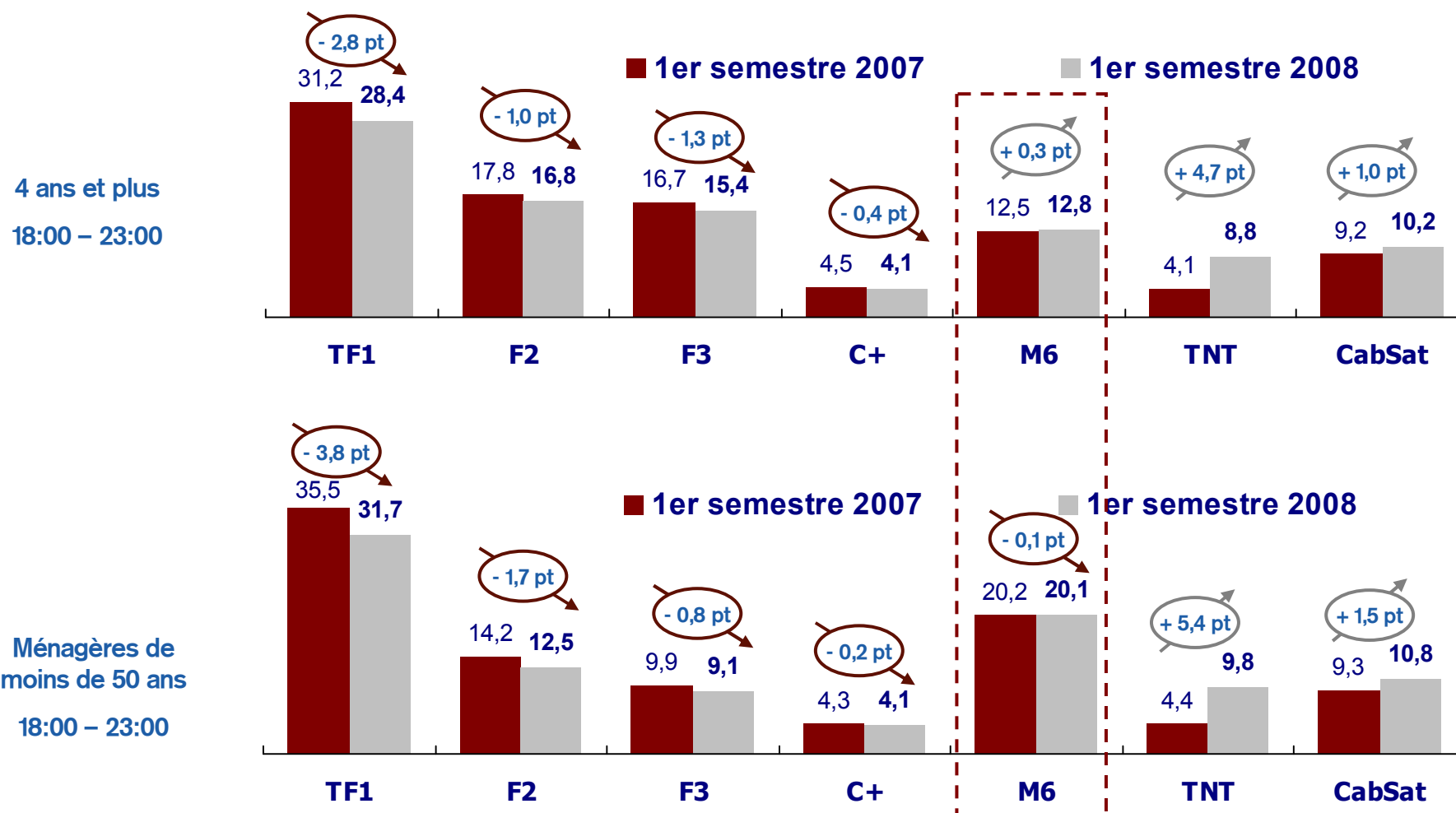


3.1 L'Antenne M6



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

1. L'antenne M6 : Des audiences puissantes sur les heures de grande écoute

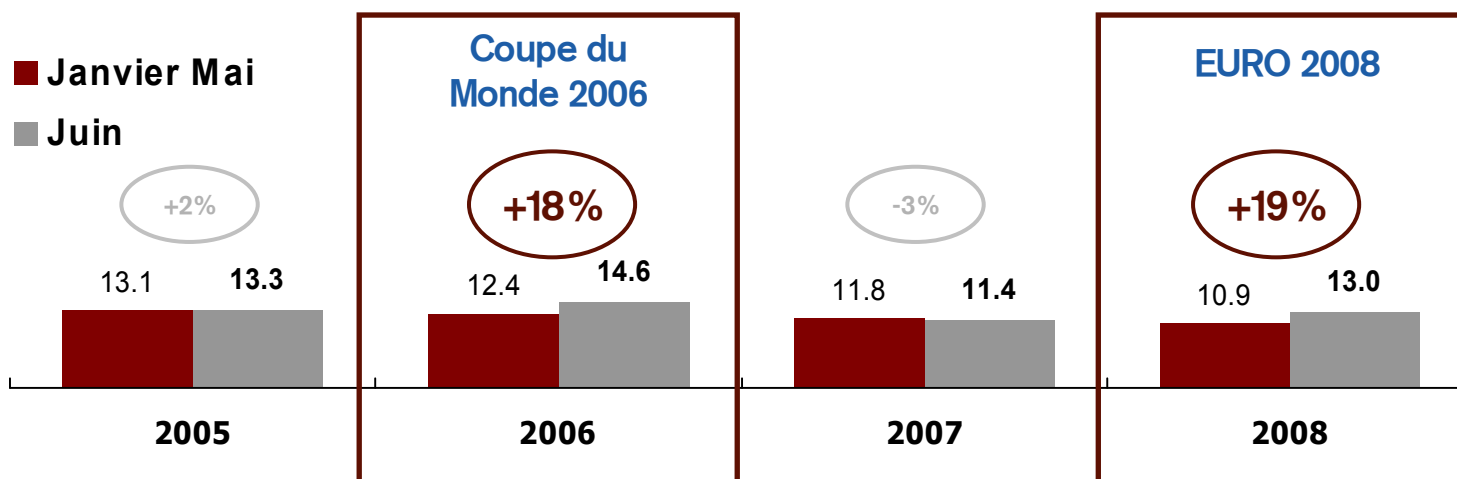


3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

1. L'antenne M6 : le succès de l'Euro 2008



4 ans et plus



9 matchs diffusés en Prime Time



6,5 millions de téléspectateurs en moyenne

4 matchs diffusés en Access Prime Time



5,3 millions de téléspectateurs en moyenne

Audiences historiques

France – Italie : 13,2 millions de téléspectateurs => Meilleure audience de l'année toutes chaînes

France – Roumanie : 9,6 millions de téléspectateurs => deuxième meilleure audience historique pour M6

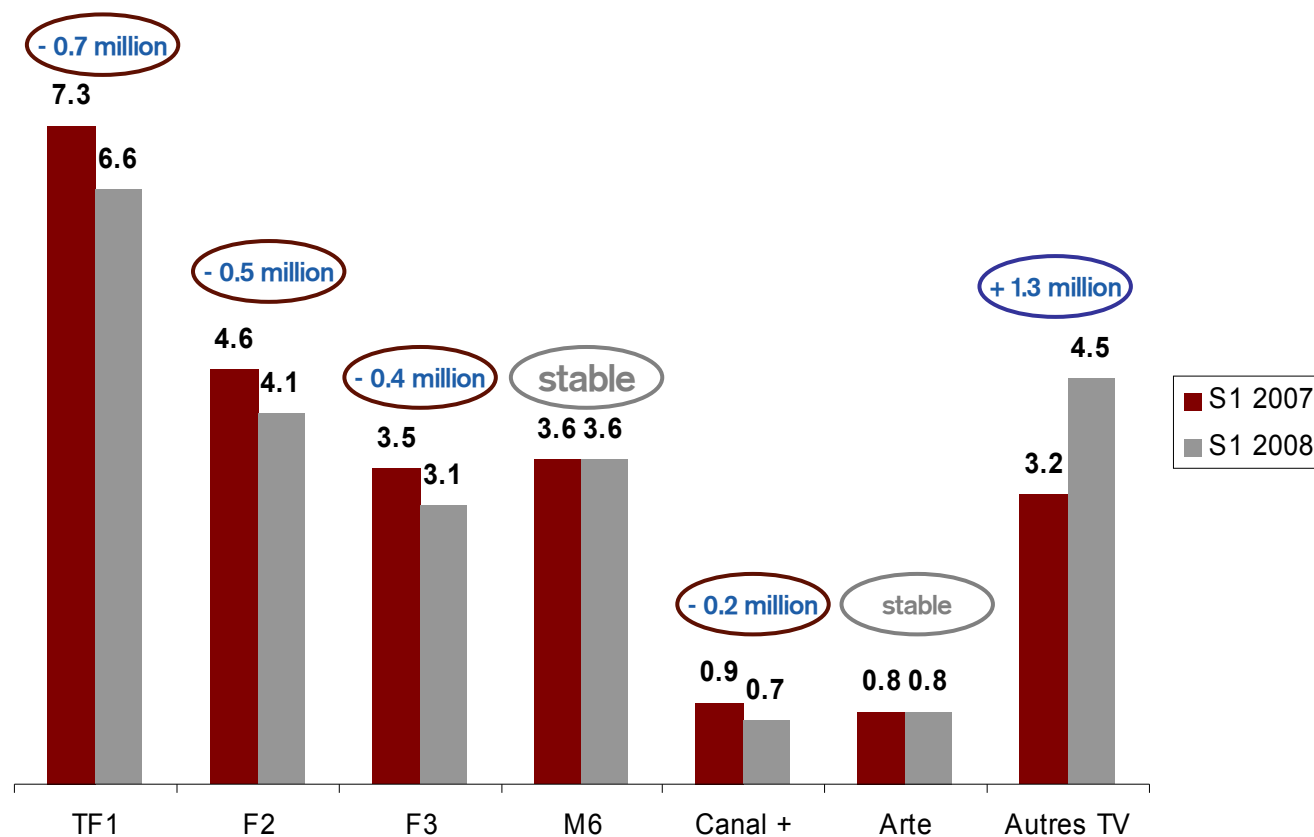


3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

1. L'antenne M6 : Une puissance confirmée en Prime Time



La chaîne M6 est la seule grande chaîne historique à maintenir sa puissance en première partie de soirée. Avec 3,6 millions de téléspectateurs, M6 stabilise son niveau d'audience historique



Audience en millions sur la tranche 20h55-22h40 (2008 vs 2007)

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

1. L'antenne M6 : Grâce au nouvel access, la performance des écrans publicitaires de la tranche progresse sur toutes les cibles majeures

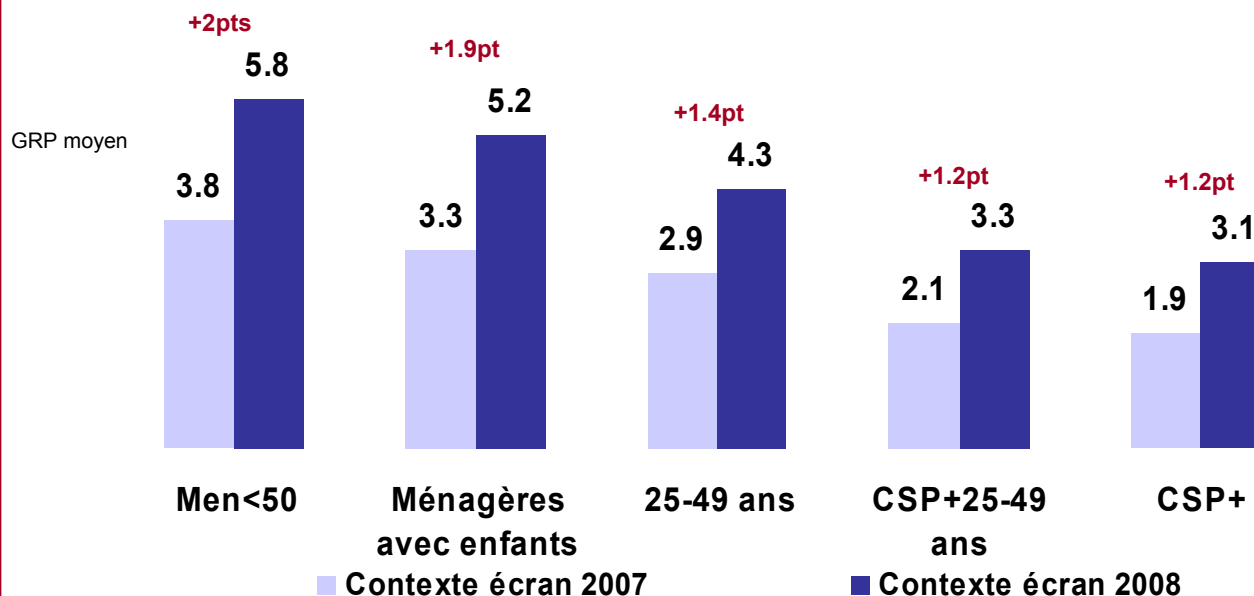


Un dîner
PRESQUE
parfait

+



M6 augmente significativement la puissance moyenne de ses GRP en Access



Contexte écrans 2008 :

Du 11 février au 9 mai : Ecran 1830 : coupure Un dîner presque parfait + Ecran 1930 : coupure 100% Mag

Du 12 mai au 06 juin : Ecrans 1830/1900 : coupures Un dîner presque parfait + Ecran 1930 : coupure 100% Mag

vs

Contexte écrans 2007 :

Du 11 février au 06 juin : Ecran 1830 : coupure série + Ecran 1930 : coupure série

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



1. L'antenne M6 : Un marché publicitaire brut hertzien perturbé

Données brutes : 1^{er} semestre 2008 vs 1^{er} semestre 2007

Investissements bruts du marché publicitaire TV hertzien : stable (2 303.7 M€)

1^{er} semestre 2008 vs 1^{er} semestre 2007

Investissements publicitaires
en M€
1^{er} semestre 2008

Evolution
1^{er} semestre 2008
vs 1^{er} semestre 2007



Brut +
Brut redressé*

1 549.5

+0.3%



65.4

+10.9%



688.8

-1.4%

Evolution du temps de publicité

1^{er} semestre 2008 vs 1^{er} semestre 2007



+1.6%



-17.4%



-18%



-32.8%



-20.8%



+7.0%

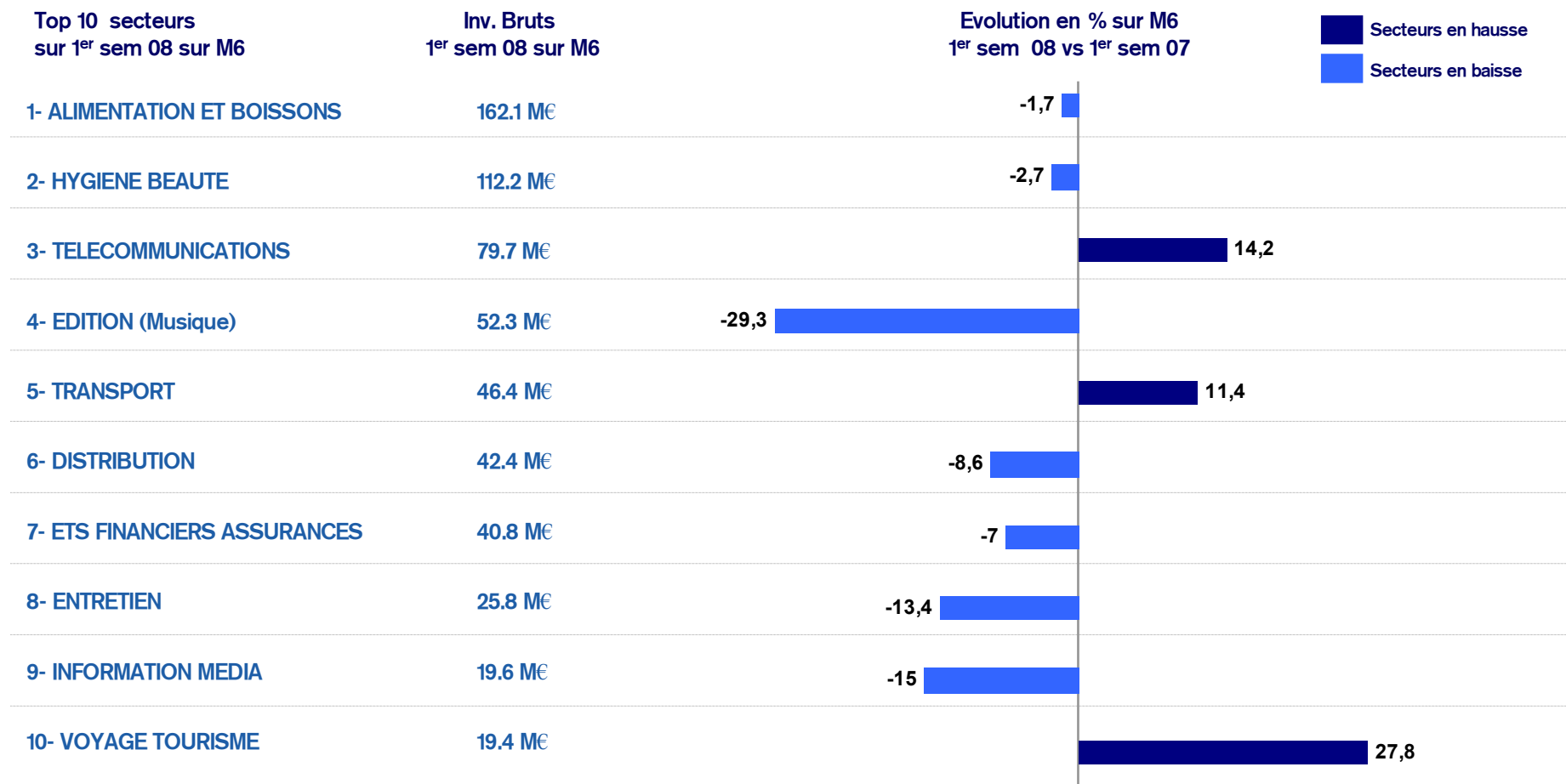


+1.8%

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



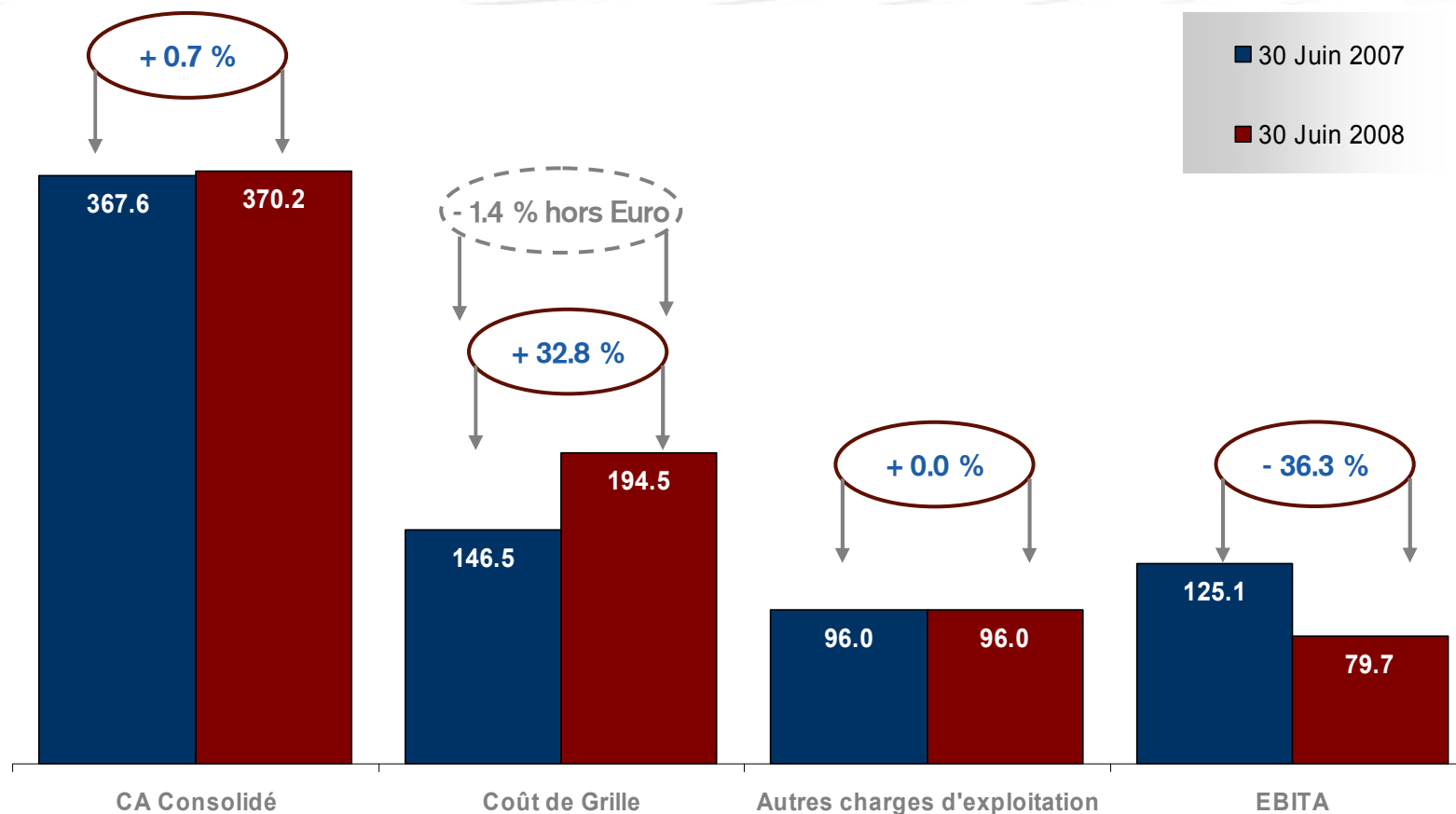
1. L'antenne M6 : Trois secteurs en progression



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



1. L'antenne M6 : Chiffres clés



Le Chiffre d'Affaires du segment progresse de 0.7 % dont 0.6 % au titre des recettes publicitaires de la chaîne M6

Le coût de grille progresse sous l'effet de la diffusion de l'Euro 2008 (50 M€). Hors Euro, le coût de la grille est en recul de -1.4 % (hors coût de substitution des programmes).

Les autres charges d'exploitation sont maîtrisées.
L'EBITA marque un recul de 45.4 M€

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

1. L'antenne M6 : un coût de la grille marqué par la diffusion de l'EURO 2008



	S1 2007	S1 2008	M€ variation 2008/07
<u>Coût de grille</u>			
Informations et décrochages	7.3	7.0	-0.3
Sport	5.0	57.1	52.1
Magazines et Divertissements	74.3	72.5	-1.9
Fiction	59.8	58.0	-1.9
Total coût de grille	146.5	194.5	48.0 +32.8%

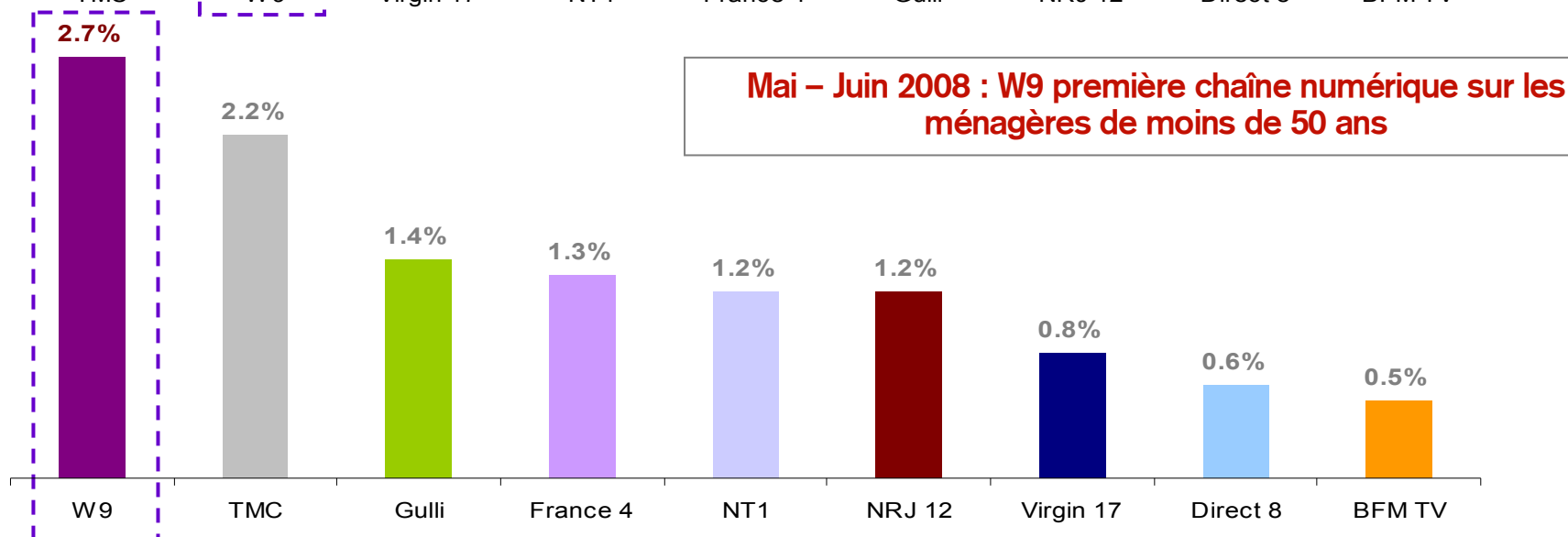
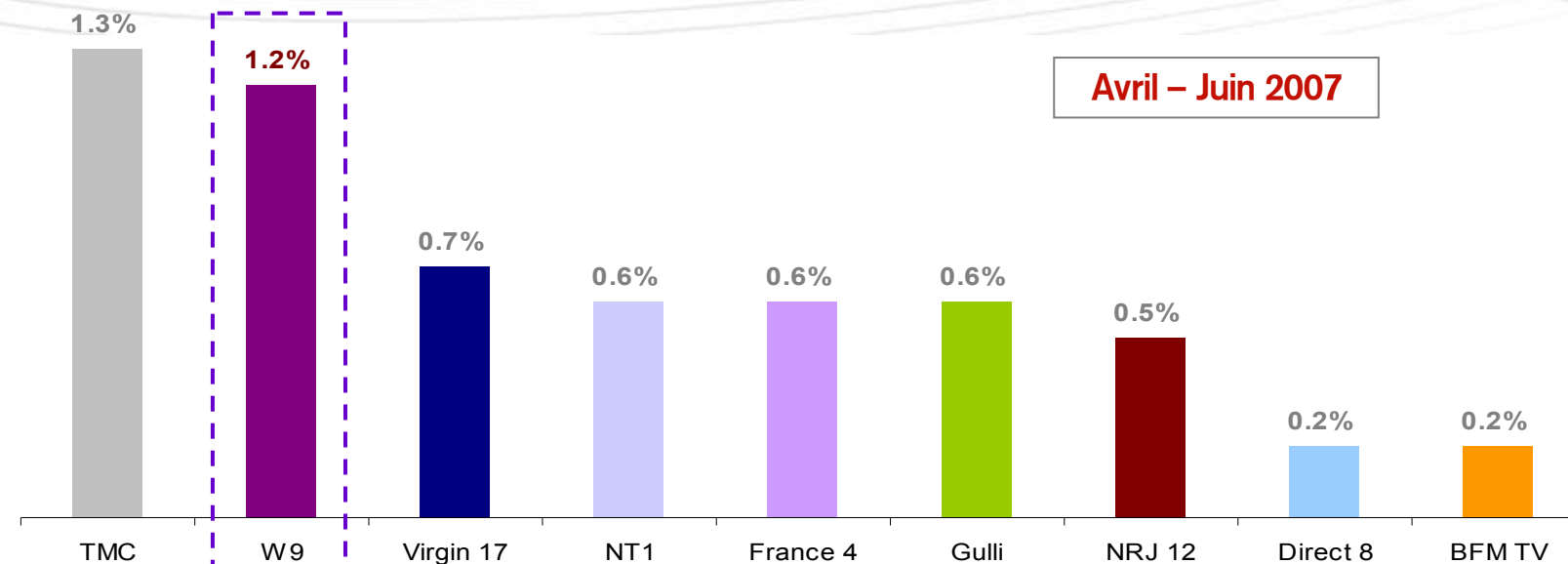
3.2 W9 et les chaînes numériques



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



2. W9 : Leader des nouvelles chaînes sur la ménagère de moins de 50 ans (part d'audience nationale)

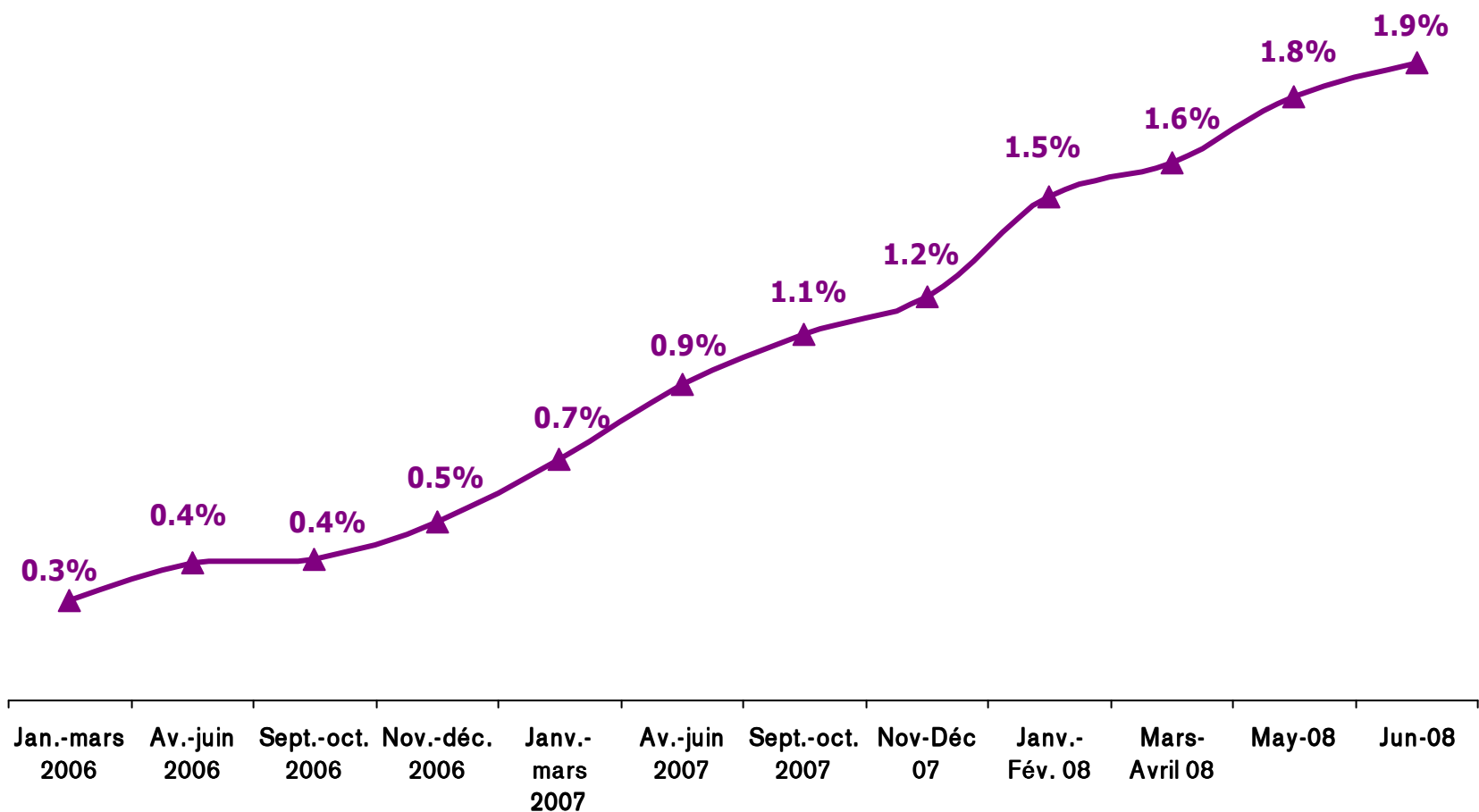


3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

2. W9 : La part d'audience nationale est désormais proche des 2%

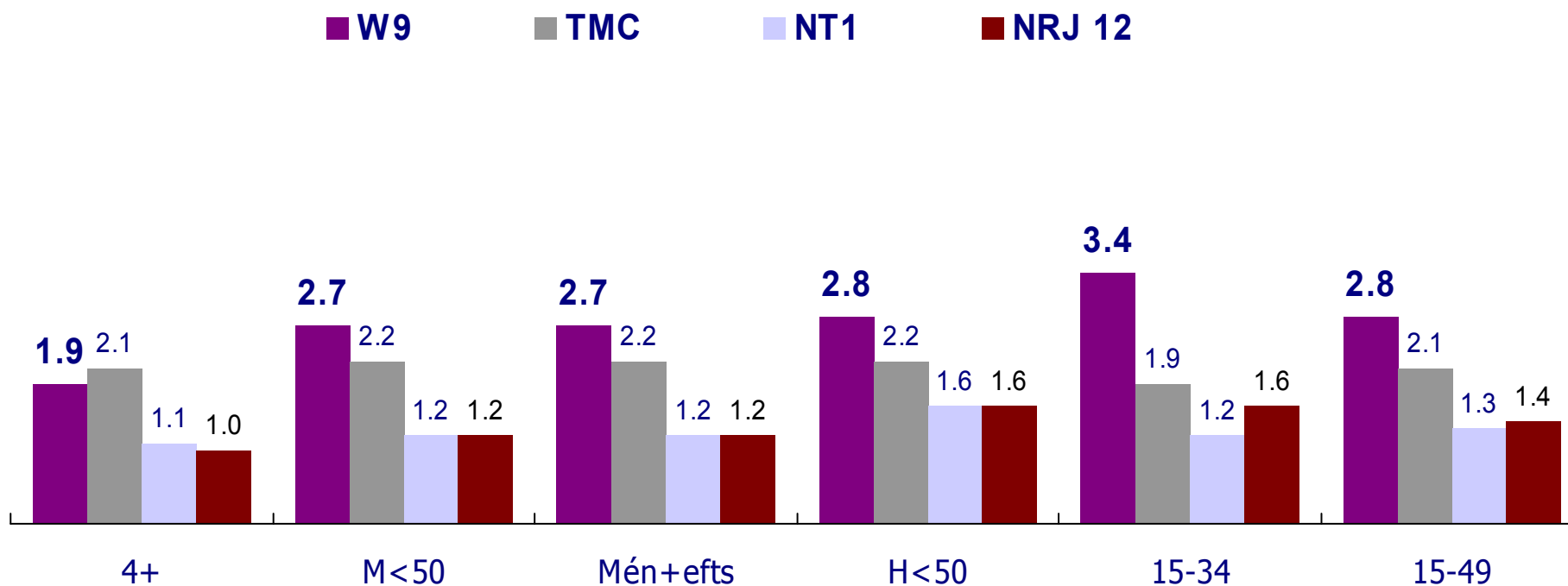


4 ans et plus



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

2. W9 : La chaîne est en tête sur la majorité des cibles commerciales

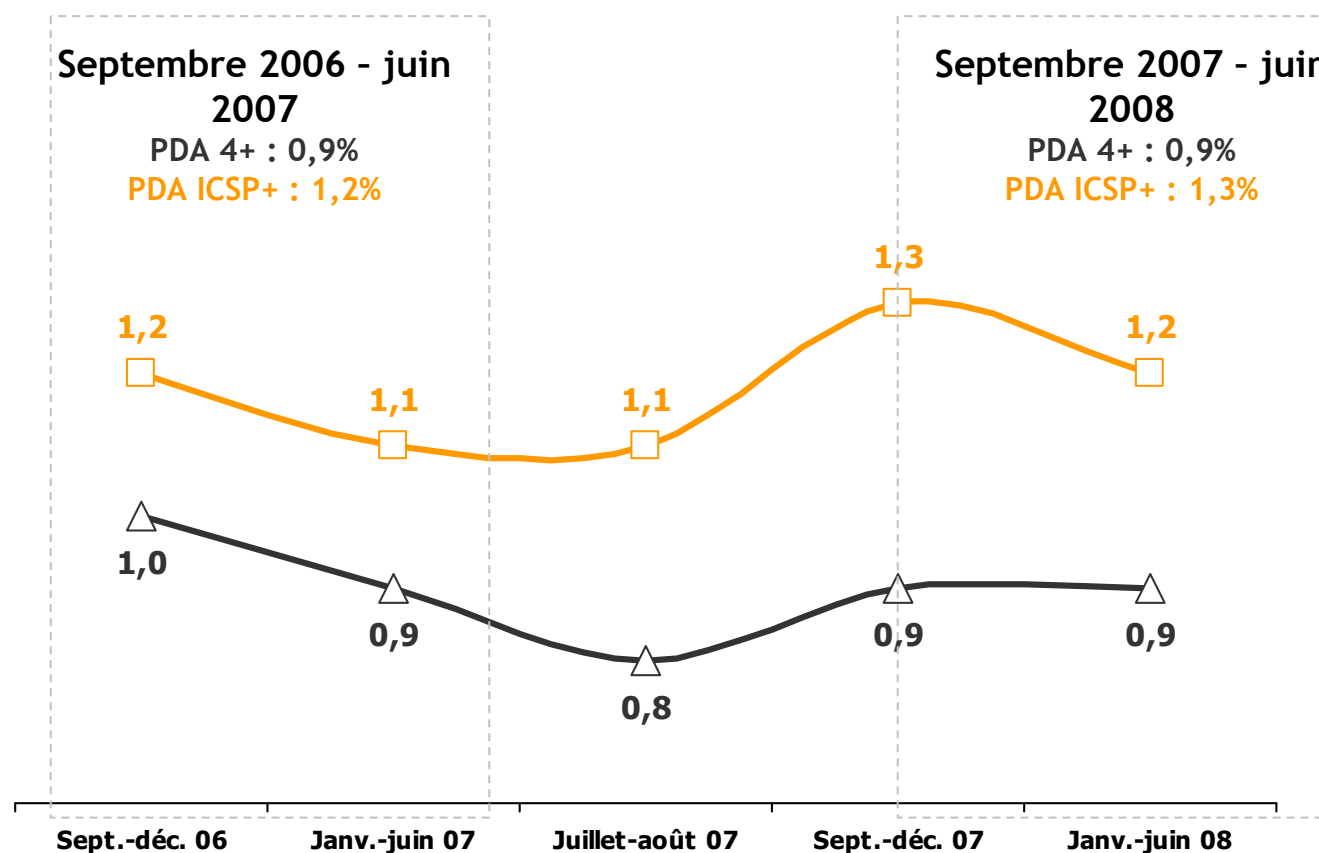


3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

2. Les chaînes numériques : La famille de chaînes confirme ses performances sur ses cibles commerciales



Chaînes gratuites mises à part, Paris Première est toujours **en tête des chaînes les plus regardées par les individus CSP+**, son cœur de cible.



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

2. Les chaînes numériques : La famille de chaînes confirme ses performances sur ses cibles commerciales



N°1 auprès des ménagères de moins de 50 ans

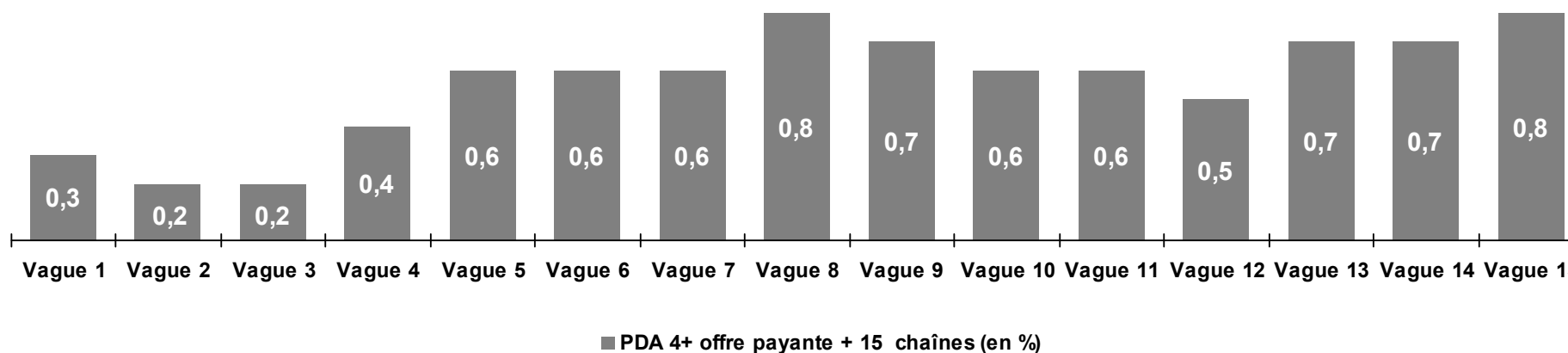
Avec 1,3% de part d'audience (+0,2 point en un an), Téva devient leader sur cette cible

N°1 pour la 1ère fois auprès des ménagères avec enfants

Avec 1,4% de part d'audience (+ 0,3 point en un an).

Forte progression auprès des 4 ans et plus

Avec 0,8% de part d'audience (+0,1 point en un an), Téva accède pour la 1ère fois au trio de tête auprès des 4 ans et plus.



4 ans et plus abonnés à une offre payante câble satellite de plus de 15 chaînes (%), source Médiamétrie MediaCabSat

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

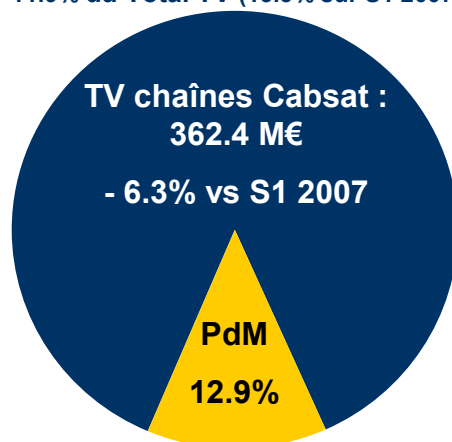
2. W9 et les chaînes numériques : des marchés publicitaires aux dynamiques contrastées



Données brutes : 1^{er} semestre 2008 vs 1^{er} semestre 2007

CHAÎNES NUMERIQUES : 739.3 M€
24.3 % du Total TV (19.6% au S1 2007)

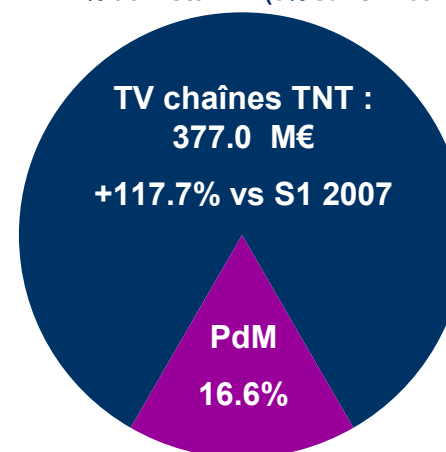
CHAÎNES CAB-SAT (hors TNT)
11.9% du Total TV (13.5% sur S1 2007)



M6 Thématiques



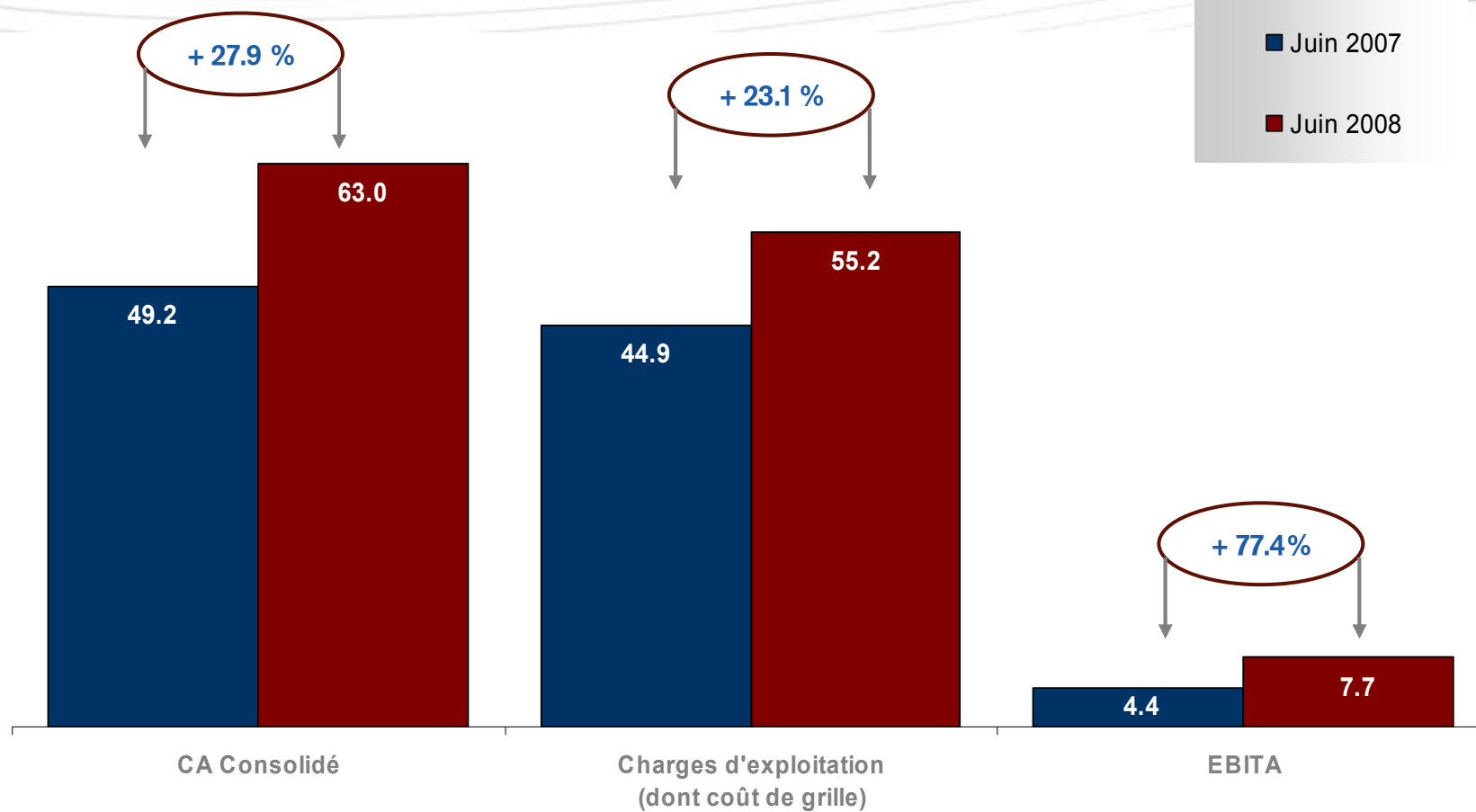
CHAÎNES TNT
12.4% du Total TV (6% sur S1 2007)



W9

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

2. W9 et les chaînes numériques : chiffres clés



Une forte croissance des recettes publicitaires de W9

Une progression des charges d'exploitation liée aux investissements dans les programmes et aux coûts de diffusion

W9 dépasse sur le 1^{er} semestre son seuil de rentabilité

3.3 Diversifications et droits audiovisuels



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

3. Diversifications et droits audiovisuels : les faits marquants du 1er semestre



Pôle Interactivité

- Acquisition de Cyréalís



- Lancement de M6 Replay



Droits Audiovisuels

- Acquisition de Hugo Films (catalogue)



- Fusion interne des activités de distribution de vidéos en kiosque

Vente à Distance

- Déménagement des équipes dans des locaux communs



- Fusion des équipes

F.C.G.B

- N°2 de Ligue 1 pour la saison 2007-2008



- Qualification pour la Ligue des Champions

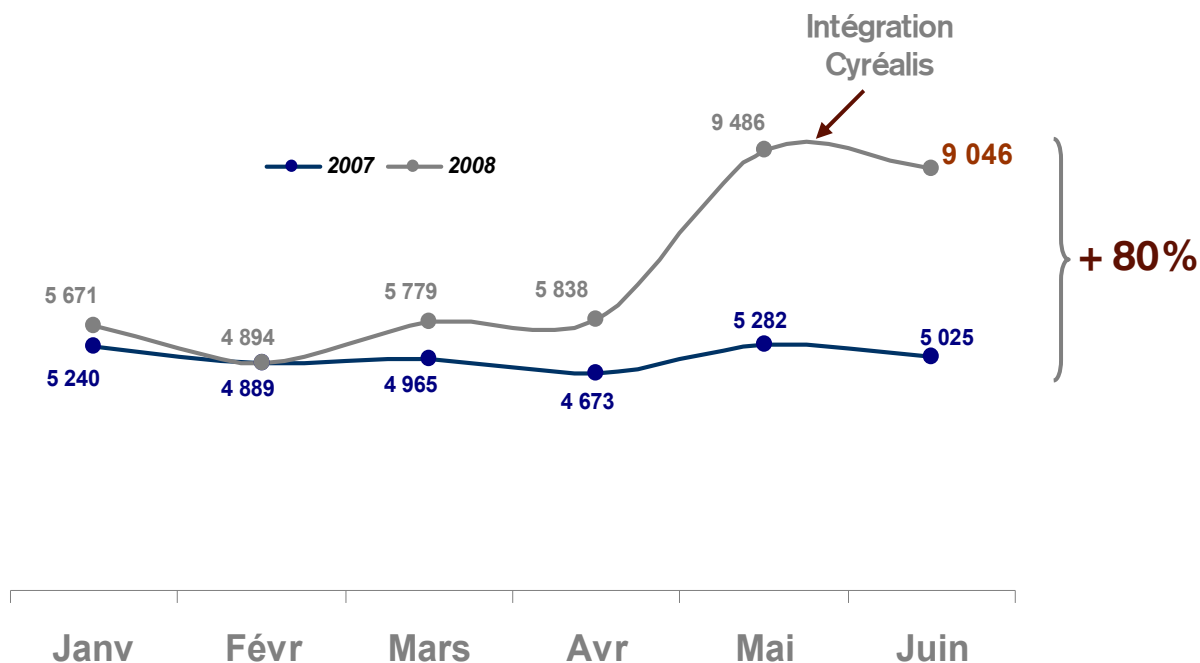
3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

3. Pôle Interactivité : de nouveaux développements



Une progression de 80% en 1 an de l'audience du Groupe M6 liée notamment à l'intégration de Cyréalys et au succès de M6 Replay

Audience en milliers de Visiteurs Uniques dédupliés du Groupe M6
(S1 2008 vs S1 2007)



Objectif : dépasser 10 M VU/mois en 2008

Juin 2008



Hors Cyréalys

VU : 3.9 M

PV : 116 K



VU : 5.3 M

PV : 100 K



VU : 1 M

PV : 21 K

VU : Visiteurs Uniques

PV : Pages Vues

Source: Nielsen Netratings – Juin 2008

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



3. Pôle Interactivité : de nouveaux développements

- Acquisition de 100 % de Cyréal, éditeur de sites Internet

- Cible masculine 15-35+ ans

		4,4 M de VU	Magazine high-tech	}	• Modèle Publicité – rémunération au CPM (<i>coût pour 1000 pages</i>)
		1,3 M de VU	Magazine jeux-vidéos		
		0,3 M de VU	Magazine e-business		
		0,3 M de VU	Magazine actualités des media		
		1,9 M de VU	Comparateur de prix	}	• Rémunération au clic – au CPC (<i>coût par clic</i>)

- Grâce à cette acquisition, le Groupe M6 entre dans le Top 15 des sites les plus consultés en France*

- ➔ Une offre Internet renforcée, basée sur les sites de chaînes/d'émissions et des portails thématiques
- ➔ Une couverture de cibles Internet élargie, une puissance nouvelle à proposer aux annonceurs

- Une acquisition relative (consolidation au 1er mai 2008)
- Une forte croissance

- ➔ 2007 : CA de 6,9 M€, EBITA de 3.0 M€
- ➔ FY 2008e (base 12 mois) : CA de 9.2 M€, EBITA de 3,8 M€

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

3. Pôle Interactivité : de nouveaux développements



- Mars 2008 : Lancement de M6 Replay
 - ✓ Une offre innovante de télévision de rattrapage pour s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation du media TV
- Un déploiement prévu sur les réseaux TV sur ADSL et sur les téléphones mobiles
- Chiffres clés
 - ➔ Juin 2008 : 1 million de VU, 4 à 5 millions de visites
 - ➔ Durée d'écoute moyenne de 30 minutes par VU par mois
 - ➔ 5 à 8 millions de programmes visionnés chaque mois
 - ➔ Consommation de rattrapage majoritairement le lendemain de la diffusion antenne



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

3. Pôle Interactivité : une offre multimedia



M6 Mobile by Orange



Sites de chaînes et d'émissions +
catch up TV et VoD



Portails thématiques



Nouveaux services +
Communautaire



Jeux



Chiffre d'affaires
(30 juin 2008)

41.4 M€

EBITA (30 juin 2008)

11.6 M€

3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance

3. Droits audiovisuels : le renforcement de l'activité de catalogue dans un semestre contrasté



Distribution



SND – TCM – Summit Entertainment

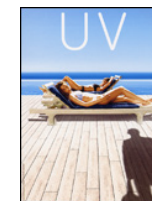
- Baisse de l'activité distribution de vidéos
- Sorties salles : 3,9 millions d'entrées, en croissance de 9 %
- Ventes de droits TV : un potentiel important lié au contexte concurrentiel

Catalogue



Mandarin & Mandarin Films – SNC
Hugo Films

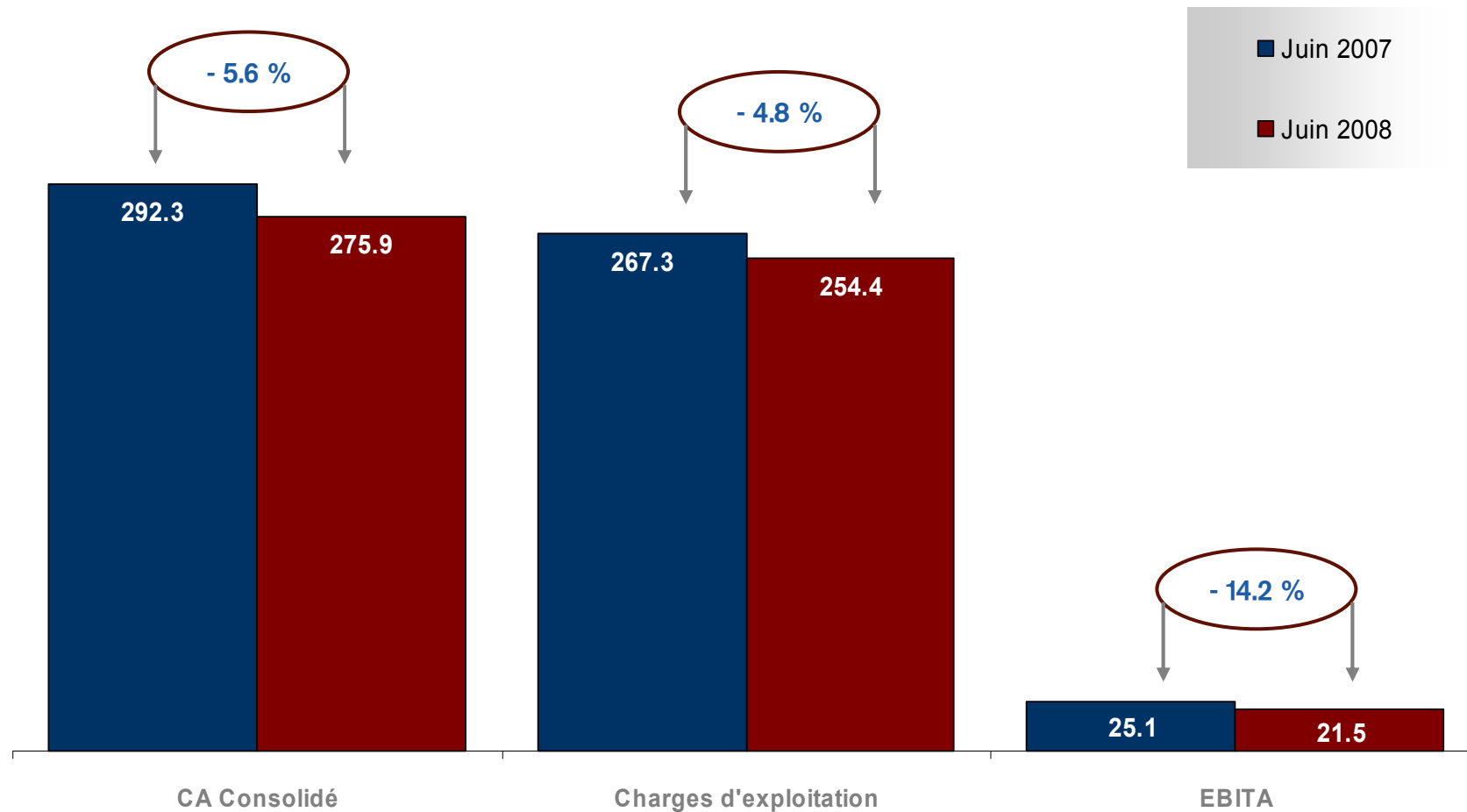
- Acquisition de Hugo Films
- Catalogue de 18 longs métrages



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



3. Diversifications et droits audiovisuels : chiffres clés



3. Le Groupe M6 confirme sa surperformance



3. Diversifications et droits audiovisuels : contributions

en M€	Chiffre d'affaires	Variations	EBITA
Total au 30 Juin 2007	292.3		25.1
Pôle Interactions	(17.2)	Recul des activités de publications et de musique	+0.5
Pôle Interactivité	+6.9	Croissance de 20%	+4.0
Pôle Vente à Distance	+4.4	Ralentissement de la croissance	(1.4)
Droits audiovisuels	(12.2)	Recul des ventes de vidéos	(3.1)
FCGB	+1.6	Classement de n°2 de Ligue 1 saison 2007-08	(3.8)
Total au 30 Juin 2008	275.9		21.5

**Marge
opérationnelle
courante
7,8 %**

4. Perspectives



4. Perspectives

Les modifications réglementaires et législatives annoncées



Réforme de l'audiovisuel			
	Transposition de la directive européenne SMA	Réforme de France Télévisions	Quotas de production - diffusion
Temps de publicité	- Passage de l'heure glissante à l'heure d'horloge - Déplafonnement de la durée quotidienne (de 2h24 à 3h36)	- Arrêt progressif de la publicité ❖ Après 20h00 au 01/01/2009 ❖ Totalement en décembre 2011 - Périmètre conservé par France Télévisions: Parrainage, F3 Régions, RF0, Services gouvernementaux - Compensation via taxes (montant et périmètre à préciser)	- Reprise des travaux de la mission Kessler – Richard sur la modification des décrets Tasca ❖ Modification de la notion d'indépendance et des droits associés (durée et étendue)
Modalités insertion	Seconde coupure pour les œuvres		
Calendrier			
	- Calendrier réglementaire à préciser - Calendrier législatif : Session parlementaire d'automne - Date d'application à confirmer (01/01/2009)	- Calendrier législatif : Session parlementaire d'automne - Date d'application à confirmer (01/01/2009)	- Calendrier législatif : Session parlementaire d'automne - Date d'application à confirmer (01/01/2009)

5. Comptes



5. Comptes

Bilan consolidé simplifié au 30 Juin



	31 décembre 2007	30 juin 2008	Variation (M€)
Goodwill	53.5	76.1	22.6
Actif non courant	625.4	641.5	16.1
Actif courant	659.1 *	684.6	25.5
Trésorerie	89.1	26.2	-62.9
TOTAL ACTIF	1,427.1	1,428.4	1.3
Capitaux propres part du groupe	788.0	728.4	-59.6
Intérêts minoritaires	-	-	-0.9
Passif non courant	33.1	34.2	1.1
Passif courant	606.0 *	665.9	59.9
TOTAL PASSIF	1,427.1	1,428.4	1.3

* Compte tenu de la compensation des créances et dettes de TVA et IS à compter de 2008, le bilan 2007 a été retraité à des fins de comparabilité.

5. Comptes



Tableau de financement simplifié au 30 Juin

	30 juin 2007	30 juin 2008	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	197.6	144.0	-53.6
Variation de BFR d'exploitation	-59.2	-8.4	50.8
Impôt	-43.1	-39.3	3.8
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	95.4	96.3	0.9
Flux de trésorerie des activités d'investissements	-94.5	-68.8	25.7
Flux de trésorerie des activités de financement	-136.3	-90.4	45.9
Flux de trésorerie des activités en cours de cession	-52.5	0.0	52.5
Variation globale de trésorerie	-187.9	-62.9	
Trésorerie à l'ouverture	250.7	89.1	-161.6
Trésorerie à la clôture	62.8	26.2	-36.6
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	63.0	-41.2	-104.2

6. Annexes



6. Annexes

Compte de résultat analytique consolidé



En M€	30/06/2008	30/06/2007	Variation 2008 / 2007	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	367.1	365.0	2.1	0.6%
Chiffre d'affaires - autres activités	3.1	2.6	0.5	18.9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	79.7	125.1	(45.5)	-36.3%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires - Publicité	43.4	29.8	13.6	45.6%
Chiffre d'affaires - autres activités	19.6	19.4	0.2	0.9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	7.7	4.4	3.4	77.4%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires - Publicité	3.5	3.3	0.2	6.2%
Chiffre d'affaires - autres activités	272.3	289.0	(16.7)	-5.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	21.5	25.1	(3.6)	-14.2%
Autre chiffre d'affaires	0.1	0.1	0.0	2.6%
Eliminations et résultats non affectés	(2.4)	(3.4)	1.0	-29.1%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	709.1	709.2	(0.1)	0.0%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	106.5	151.2	(44.7)	-29.5%
Amortissements des marques	(0.5)	(0.5)	-	
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	(0.9)	0.9	
Résultat de cession de filiales et participations	1.8	-	1.8	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	107.9	149.8	(42.0)	-28.0%
Résultat financier	1.5	3.0	(1.5)	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	9.9	9.3	0.5	
Part dans les sociétés mises en équivalence	(1.3)	-	(1.3)	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	118.0	162.2	(44.2)	-27.3%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(38.8)	(54.0)	15.2	
Résultat net des activités poursuivies	79.2	108.2	(29.0)	-26.8%
Résultat net des activités abandonnées	-	-	-	N/S
Résultat net	79.2	108.2	(29.0)	-26.8%
Part des minoritaires	0.0	(0.1)	0.1	
Résultat net part du Groupe	79.2	108.1	(28.8)	-26.7%

6. Annexes



Détail des contributions du segment Antenne M6

En M€	30/06/2008			30/06/2007			variation 2008/2007		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Chaîne	372.2	367.7	54.9	372.7	365.0	101.3	358.2	2.7	(46.4)
M6 Publicité (Régie)	38.1	0.5	24.8	36.5	0.5	23.5	34.3	0.1	1.3
M6 Films	0.6	0.5	(0.6)	0.5	0.4	0.1	0.7	0.1	(0.7)
Sociétés de Production	51.3	1.4	0.6	44.8	1.8	0.2	6.5	(0.3)	0.4
Eliminations intra-segment	(75.5)	-	-	(69.7)	-	-	(5.8)	-	-
Total Antenne M6	386.7	370.2	79.7	384.8	367.6	125.1	393.8	2.6	(45.5)

6. Annexes

Présentation analytique des contributions du segment Antenne M6



en M€	30/06/2008	30/06/2007	Variation 2008 / 2007	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	367.1	365.0	2.1	0.6%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	3.4	6.5	(3.1)	-47.8%
Coût de la régie - quote-part M6, taxes et droits d'auteurs, coûts de diffusion	(65.6)	(66.0)	0.4	-0.6%
Recettes nettes diffuseurs	304.9	305.5	(0.6)	-0.2%
Coût de la grille	(194.5)	(146.5)	(48.0)	32.8%
Marge Brute de la grille	110.4	159.0	(48.6)	-30.6%
En %	36.2%	52.0%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(36.0)	(38.2)	2.1	-5.6%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	5.3	3.9	1.4	36.6%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	(0.0)	0.3	(0.4)	
Résultat opérationnel courant (EBITA)	79.7	125.1	(45.4)	-36.3%

6. Annexes

Détail des contributions du segment Chaînes Numériques



En M€	30/06/2008			30/06/2007			variation 2008/2007		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Paris Première	17.0	16.8	2.0	17.0	16.8	2.3	0.0	0.1	(0.3)
W9	25.7	25.4	3.0	11.0	10.9	(1.9)	14.7	14.5	4.9
Teva	9.7	9.6	1.1	9.5	9.4	2.3	0.2	0.2	(1.2)
M6 Music	3.0	3.0	1.3	3.1	3.0	1.2	(0.1)	(0.1)	0.1
Fun TV	1.2	1.1	0.4	1.4	1.3	0.0	(0.2)	(0.2)	0.4
TF6	4.7	4.7	0.0	5.6	5.6	0.5	(0.9)	(0.9)	(0.4)
Série Club	2.2	2.2	0.1	2.1	2.1	0.2	0.1	0.1	(0.1)
M6 Thématique	2.1	0.1	(0.1)	2.2	0.1	(0.1)	(0.1)	0.0	0.0
Eliminations intra-segment	(1.9)		-	(2.0)	-	-	0.1	-	-
Total Chaînes Numériques	63.8	63.0	7.7	49.9	49.2	4.4	14.0	13.7	3.4

6. Annexes



Détail des contributions du segment Diversifications et Droits Audiovisuels

En M€	30/06/2008			30/06/2007			variation 2008/2007		
	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)
sous total Droits audiovisuels	44.7	37.8	(1.2)	54.1	49.9	1.9	(9.4)	(12.2)	(3.1)
sous total Pôle Interactions	21.0	18.4	1.0	40.5	35.7	0.4	(19.5)	(17.2)	0.6
sous total Pôle Vente A Distance	142.3	137.4	3.9	136.4	133.0	5.2	5.9	4.4	(1.4)
sous total Pôle Interactivité	48.5	41.4	11.6	41.8	34.5	7.6	6.7	6.9	4.0
FCGB	41.0	40.9	6.2	39.4	39.3	9.9	1.6	1.6	(3.8)
Eliminations intra-segment	(8.6)	-	-	(6.7)	-	-	(1.9)	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	288.9	275.9	21.5	305.5	292.3	25.1	(16.6)	(16.5)	(3.6)

Rappel :

L'activité de distribution de DVD en kiosques, auparavant incluse dans le périmètre de M6 Interactions, a été apportée rétroactivement au 1er janvier à SND (activité de Droits audiovisuels). Le reclassement intra-segment porte sur un Chiffre d'Affaires au 30 Juin 2008 de 5,1 M€ (contre 11,5 M€ au 30 Juin 2007) et un EBITA de -0,6 M€ (contre 0,1 M€).

Le groupe Cyréal, consolidé à compter du 1er Mai 2008, a contribué au Chiffre d'Affaires à hauteur de 1,2 M€ et à l'EBITA à hauteur de 0,4 M€