



Résultats du 1^{er} semestre 2009
29 juillet 2009



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 reflètent l'information financière disponible dans le rapport financier semestriel, certifié par les commissaires aux comptes et qui sera déposé à l'AMF.



Sommaire

- 1 Introduction
- 2 Télévision
- 3 Diversifications et Droits audiovisuels
- 4 Comptes
- 5 Annexes

1

INTRODUCTION

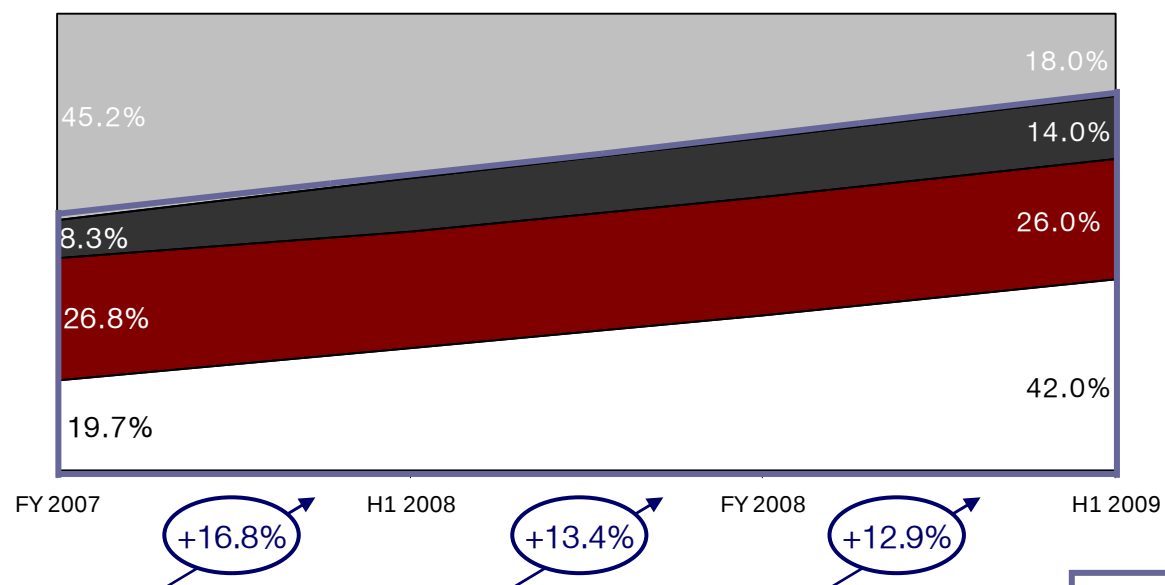
82 % des foyers ont accès à une offre multi-chaînes

Un équipement des foyers en offre multi-chaînes qui continue de progresser sous l'impulsion de la TNT gratuite et de l'ADSL gratuit ...

Foyers ayant accès à une offre multi-chaînes

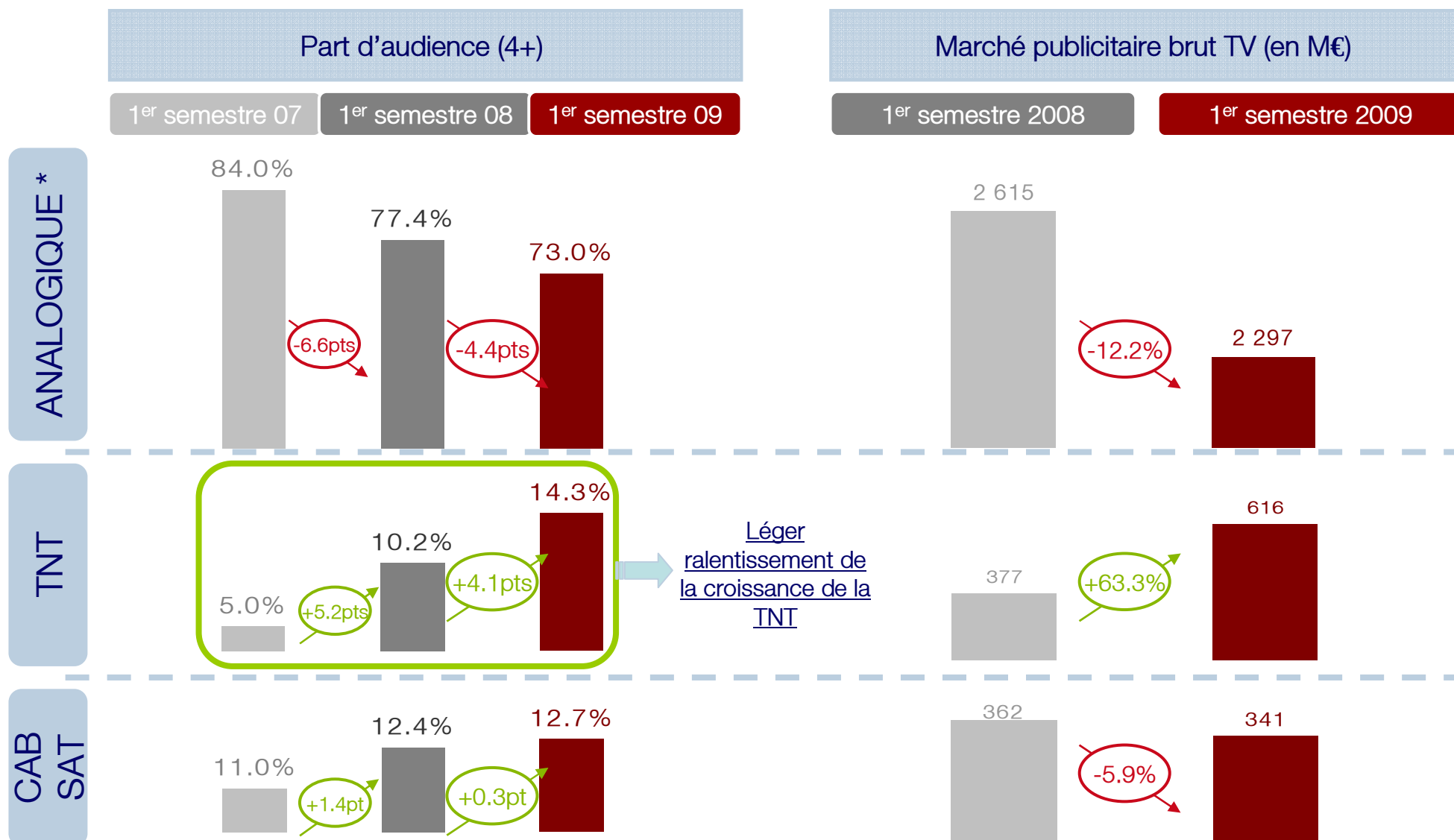
- Analogique seul
- ADSL gratuit
- Câble, Satellite et ADSL payant
- TNT exclusifs

Equipement des foyers par mode de réception



... mais dont le rythme ralentit néanmoins.

Malgré un infléchissement, la TNT continue sa conquête de parts d'audience et de parts de marché publicitaire



* Marché publicitaire brut TV, hors espace parrainage et hors chaînes régionales



Un marché publicitaire TV en recul



Tendances du marché publicitaire européen (1^{er} semestre 2009 vs. 1^{er} semestre 2008)



Taux de croissance du marché publicitaire net TV



Espagne

~-30%



Royaume-Uni

~-18%



France

~-18%



Allemagne

~-15%



Pays-Bas

~-15%

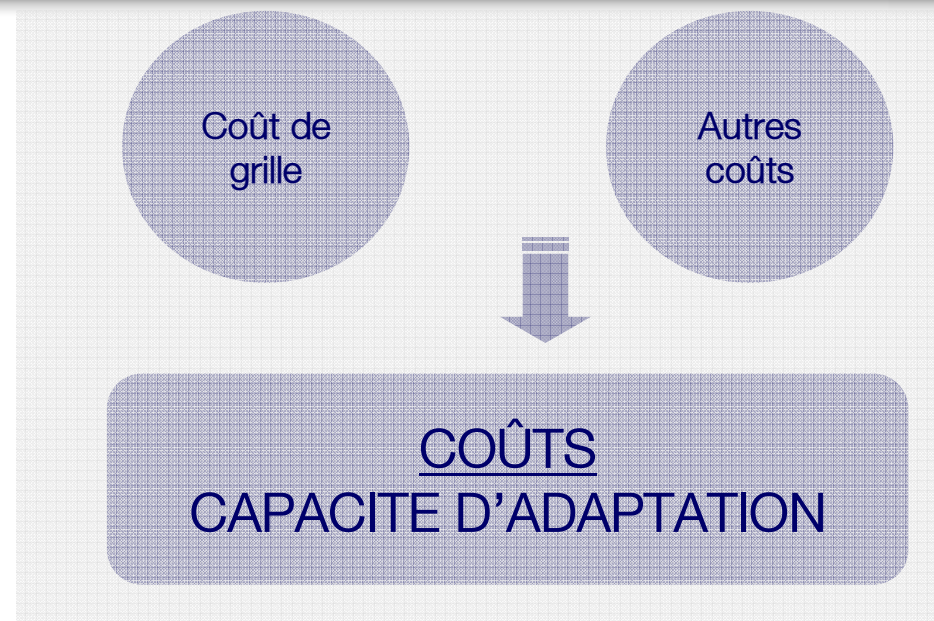
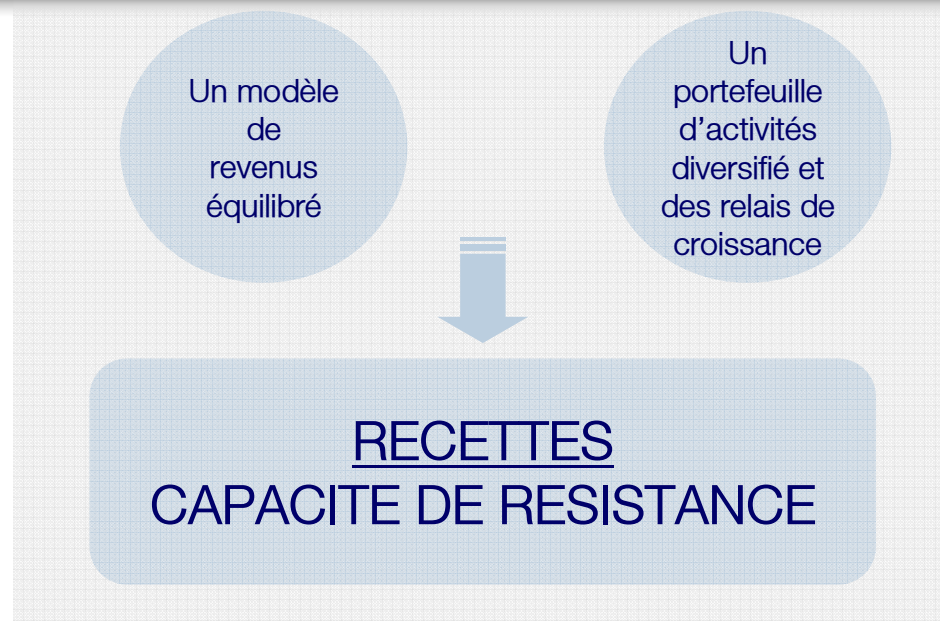


Belgique

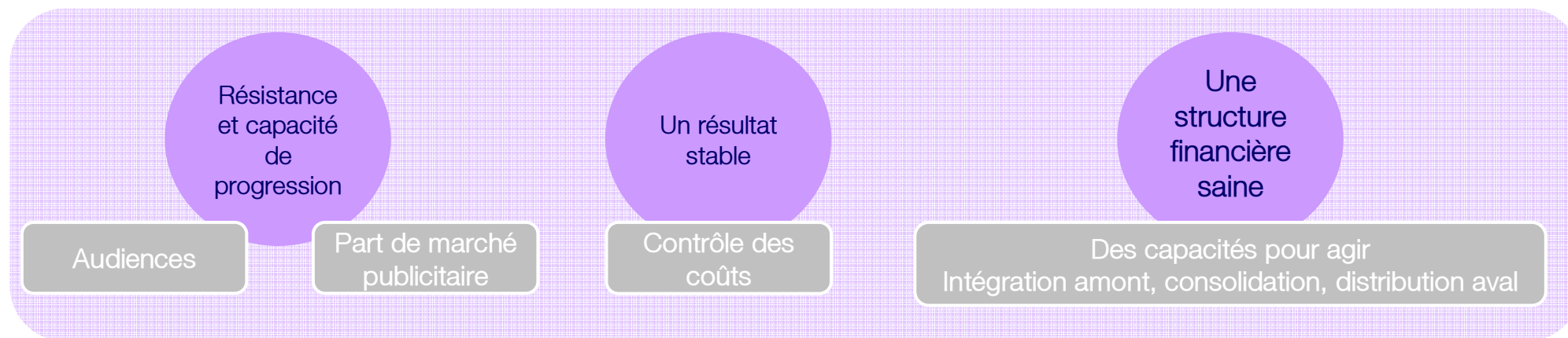
~-10%



Dans ce contexte économique dégradé, le modèle du Groupe confirme sa pertinence



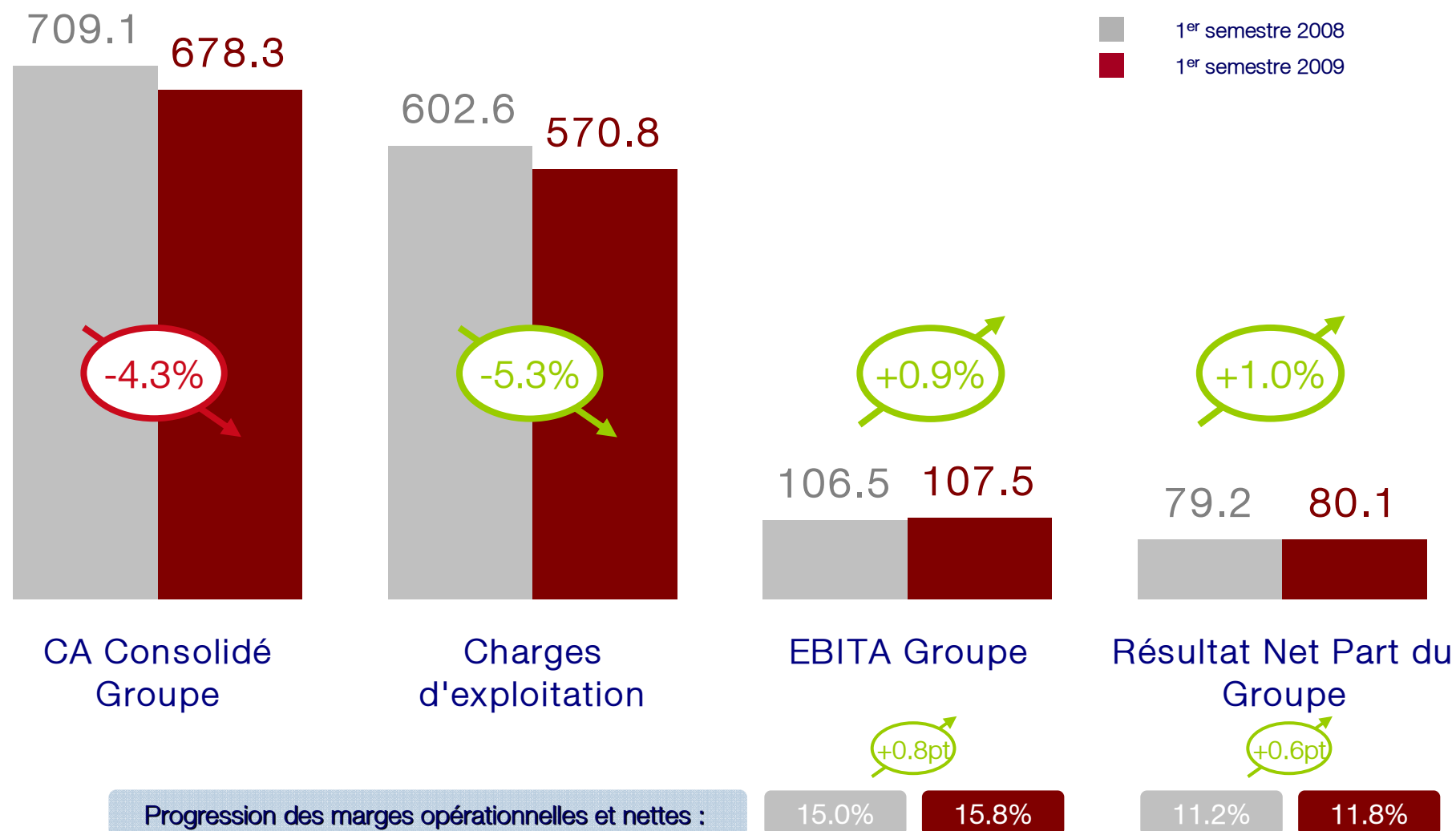
UN POSITIONNEMENT RENFORCE





Dans ce contexte économique dégradé, le groupe M6 fait preuve d'adaptation et de résistance

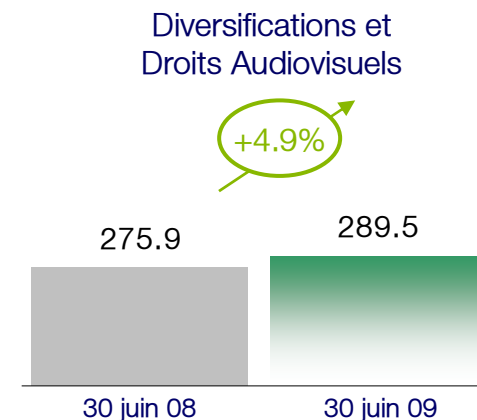
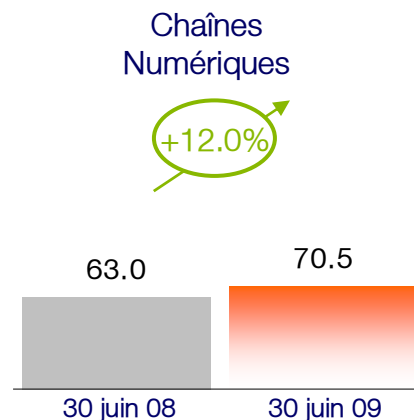
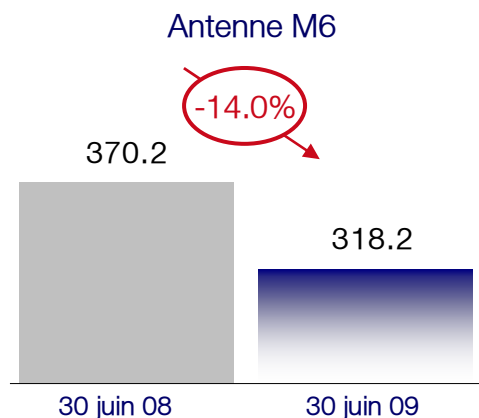
Chiffres clés (en M€)





Un CA en recul limité de -4.3% à 678.3M€

Détail des contributions au Chiffre d'affaires (en M€)



Un modèle de revenus équilibré

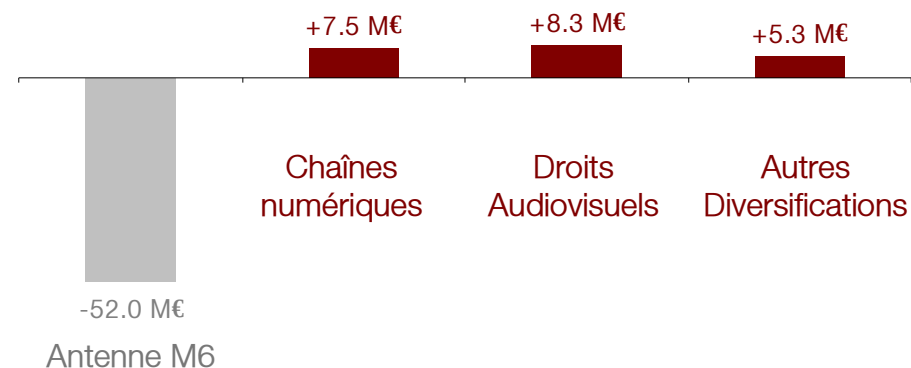
CA Publicitaire : 370.8 M€ CA non publicitaire : 307.5 M€



vs. 58.4 % / 41.6%
au S1 2008

Des relais de croissance

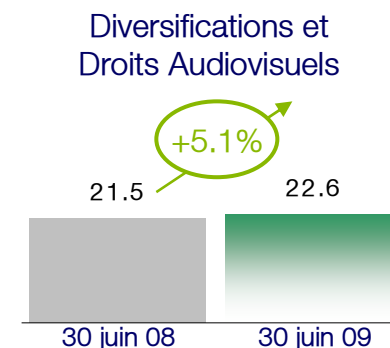
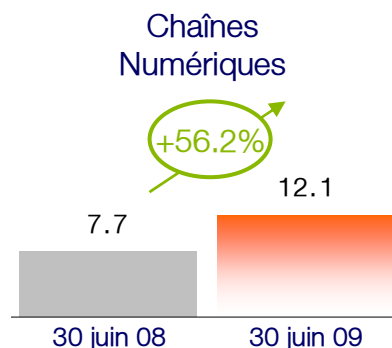
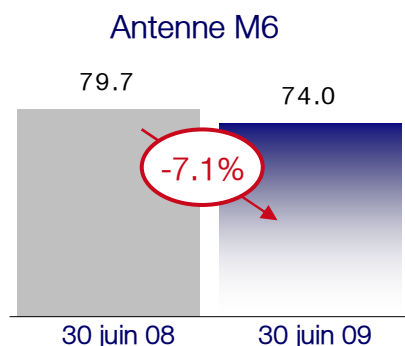
CA Consolidé Groupe :



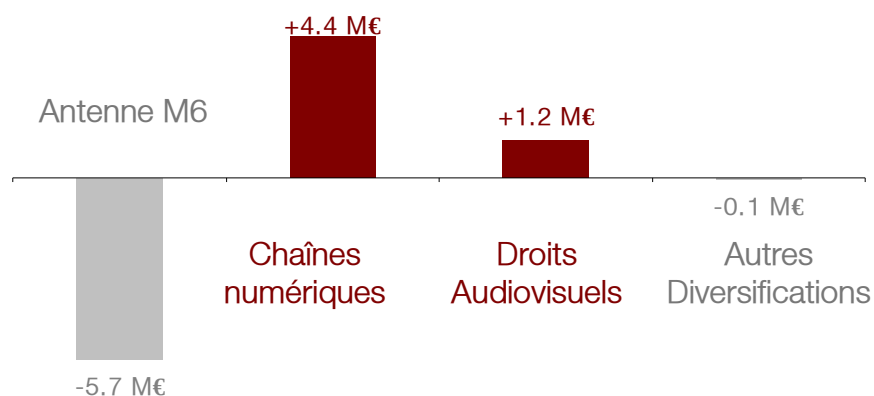


Un résultat opérationnel courant stable (+0.9%)

Rentabilité du Groupe (en M€)



EBITA : Forte croissance des chaînes numériques



Des marges opérationnelles en progression ou stables

	S1 2008	S1 2009	marge
Antenne M6	21.5%	23.3%	+1.8pt
Chaînes Numériques	12.2%	17.2%	+5.0pt
Diversifications et Droits Audiovisuels	7.8%	7.8%	=



Un premier semestre marqué par la mise en œuvre d'un plan d'économies face à de nouvelles contraintes

1^{er} semestre 2009

Conjoncture et nouvelles charges pèsent sur l'EBITA

–	Environnement publicitaire	- 48.0 M€
–	Taxe additionnelle	- 4.0 M€
–	Extension de la TNT	- 2.1 M€

Total impact EBITA 1^{er} semestre - 54.1 M€

Un plan d'économies adapté à l'environnement

+	Flexibilité coûts de grille	+ 47.8 M€
+	Frais de personnel	+ 2.9 M€
+	Contrôle des coûts	+ 2.5 M€

Total impact EBITA 1^{er} semestre + 53.2 M€

FY 2009

Un objectif confirmé : un plan d'économies de 57 M€ en 2009

	% de réalisation S1	Objectif d'économie FY 2009	
▪ Flexibilité des coûts de grille	100 %	+ 47.8 M€	
▪ Gestion à effectif constant	70 %	+ 4.1 M€	
▪ Contrôle des coûts	50 %	+ 5.0 M€	
			Total FY
			+ 56.9 M€



Des fondamentaux solides

1

Maintien du niveau de profitabilité

Rentabilité opérationnelle

15,8% (+ 0,8 pt)

Rentabilité nette

11,8% (+ 0,6 pt)

2

Stabilité des cash-flows libres (FCF)

+ 88,2 M€ vs 89,3 M€ en 2008

- Cash conversion ratio : 82% vs 83,8%
- Optimisation du Besoin en Fonds de Roulement (BFR) en dépit d'un contexte défavorable : risque client, LME (délais de règlement)
- Maintien des investissements productifs (droits audiovisuels, numérisation)

3

Faible niveau d'endettement

Trésorerie nette

- 8,3 M€

vs – 41,2 M€ au 30 juin 2008

- Pas d'investissements de croissance dans le semestre

4

Un bilan sain et solide

Trésorerie nette et
titres Canal + France

365,1M€



Ratios financiers au 30 juin 2009

Ratios financiers

En M€ sauf données en %

	<i>Année pleine</i>		<i>1er Semestre</i>	
	2007	2008	2008	2009
Profitabilité / Cash-Flows				
FCF hors investissements de croissance	236.9	204.5	89.3	88.2
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	17.4%	14.3%	15.0%	15.8%
Cash Conversion Ratio ajusté	100.4%	105.4%	83.8%	82.0%
Marge Nette (Res. Net / CA)	12.4%	10.2%	11.2%	11.8%
Bilan				
Capitaux employés et autres actifs nets	356.1	393.8	416.8	402.3
C+ France	342.9	363.0	352.8	373.4
Trésorerie nette	89.0	38.3	(41.2)	(8.3)
<i>Capitaux propres - part du Groupe</i>	<i>788.0</i>	<i>795.1</i>	<i>728.4</i>	<i>767.4</i>

② TELEVISION

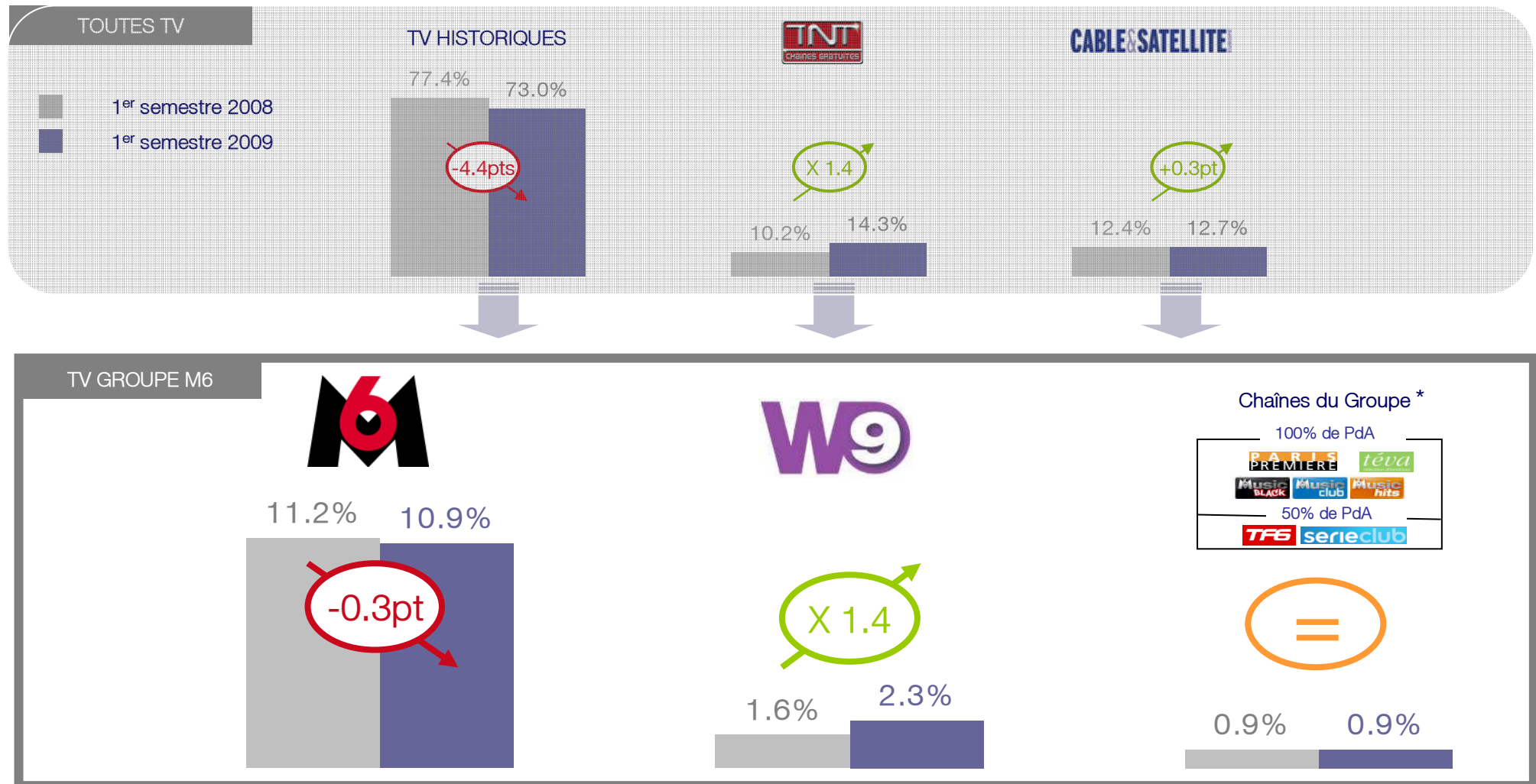
2

Télévision - Audiences

Les chaînes du groupe confortent leur positionnement sur tous les univers TV



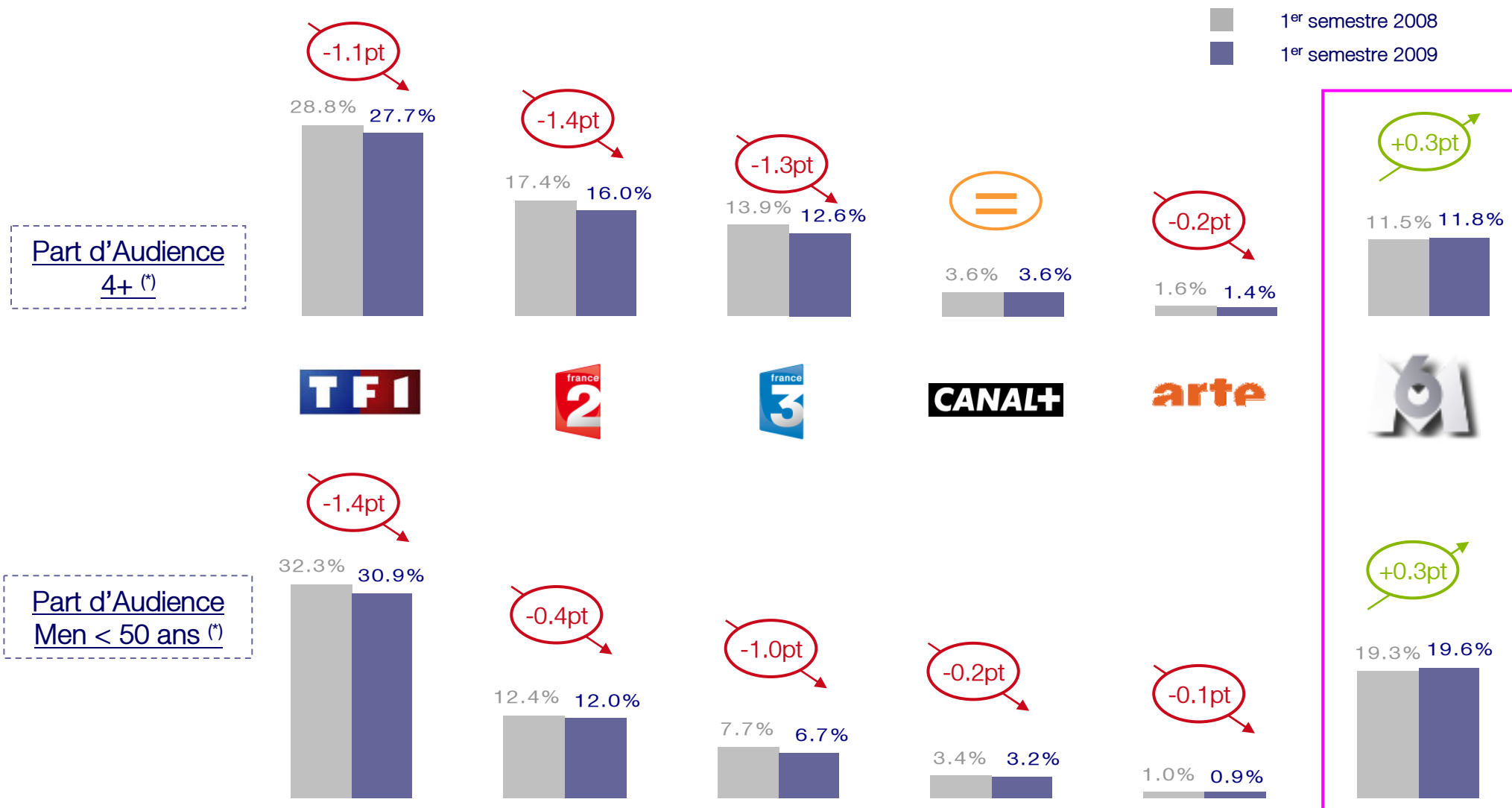
Part d'Audience 4 ans et +



2

Télévision gratuite - Audiences

M6, seule grande chaîne à progresser sur la tranche horaire stratégique 12:00 – 24:00

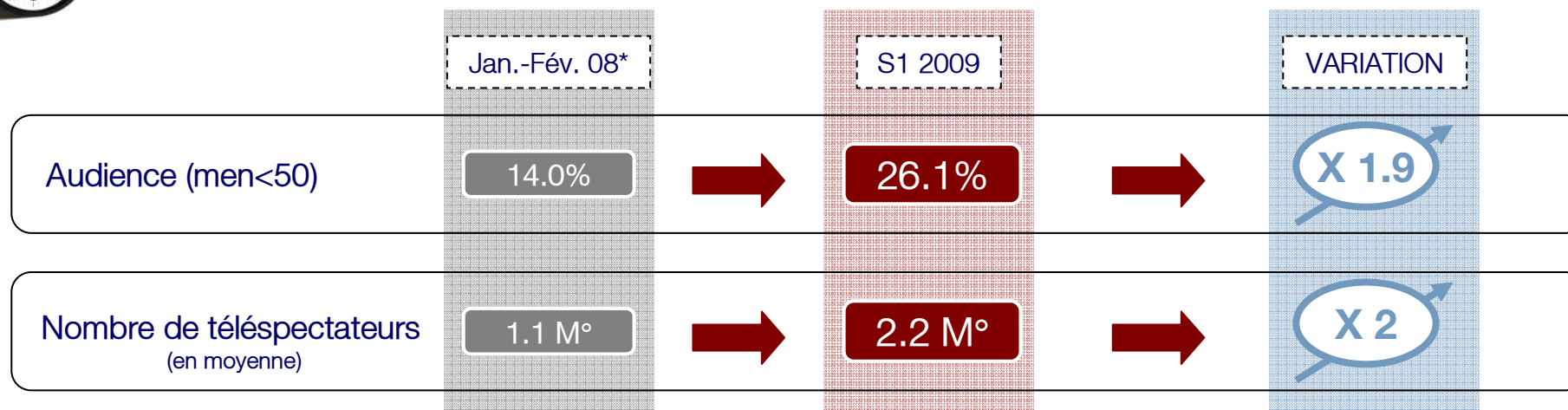


(*) Audiences du S1 2008 retraitées des diffusions des matches de l'Euro 2008

Un renforcement de l'Access Prime Time plus que réussi De nouveaux challenges pour la chaîne



Un potentiel de progression exploité avec succès sur l'Access Prime Time (18h – 19h40)



Des potentiels sur 2 tranches horaires stratégiques subsistent



A l'heure du déjeuner



Sur la tranche 19h40 – 20h40
(lancement du JT le 7 septembre)

(*) Avant le lancement d'Un dîner presque parfait et de 100% Mag

M6 – Des marques fortes dans tous les genres de programmes



Moyenne saison 08-09 (vs. saison précédente)

NCIS : Enquêtes spéciales
(Inédits)



6.9M° de
téléspectateurs (6.4M°)



4.9M° de
téléspectateurs (4.3M°)



4.2M° de
téléspectateurs (4.0M°)



4.4M° de
téléspectateurs (3.8M°)



4.1M° de
téléspectateurs (4.3M°)



2.5M° de
téléspectateurs (2.3M°)



2.3M° de
téléspectateurs (1.9M°)



2.1M° de
téléspectateurs (1.5M°)

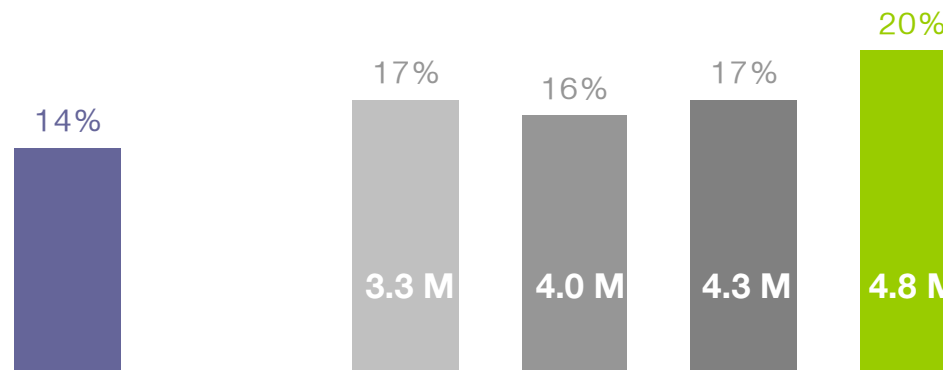
M6 – Des rendez vous toujours plus performants



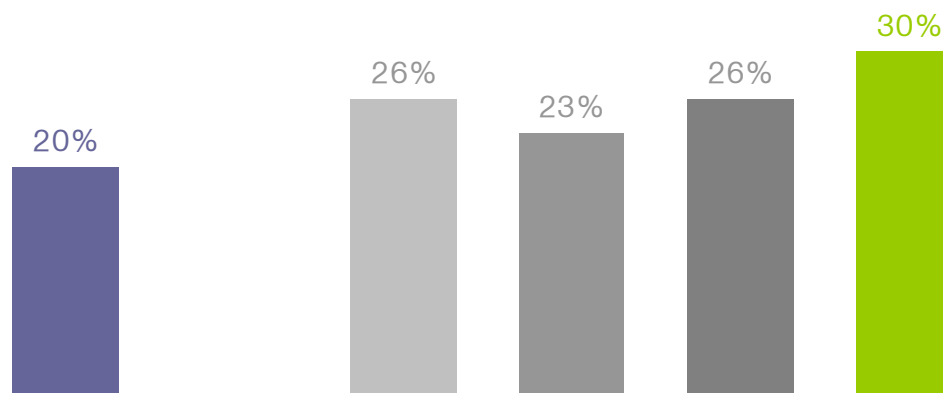
FOCUS : L'AMOUR EST DANS LE PRE

Une audience en constante hausse semaine après semaine cette année : **5.0 M°** de tisp pour l'épisode 3, cette saison.

Part d'Audience 4+



Part d'Audience Men < 50 ans



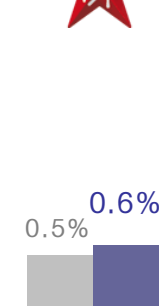
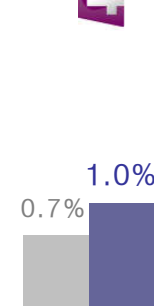
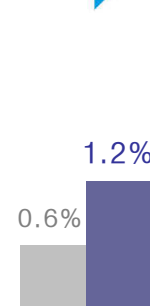
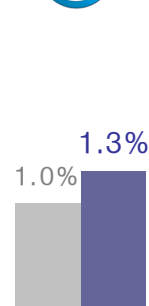
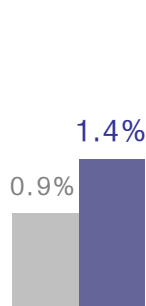
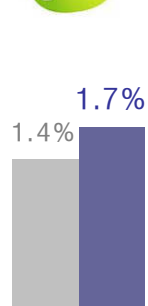
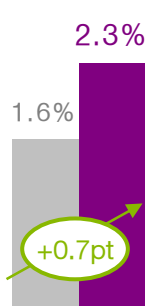
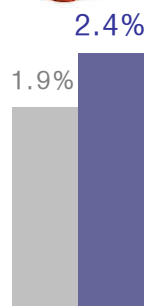
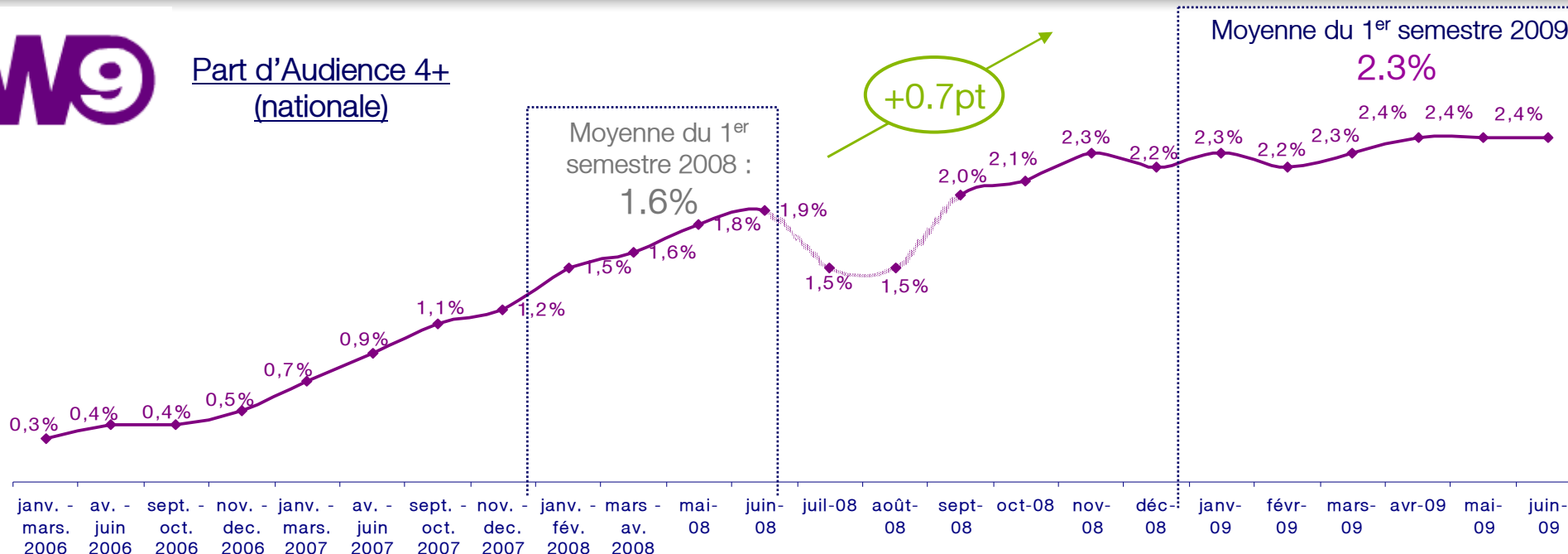
- Moyenne Prime Time
- Saison 1
- Saison 2
- Saison 3
- Saison 4



W9 – Aux premiers rangs de la TNT



Part d'Audience 4+
(nationale)



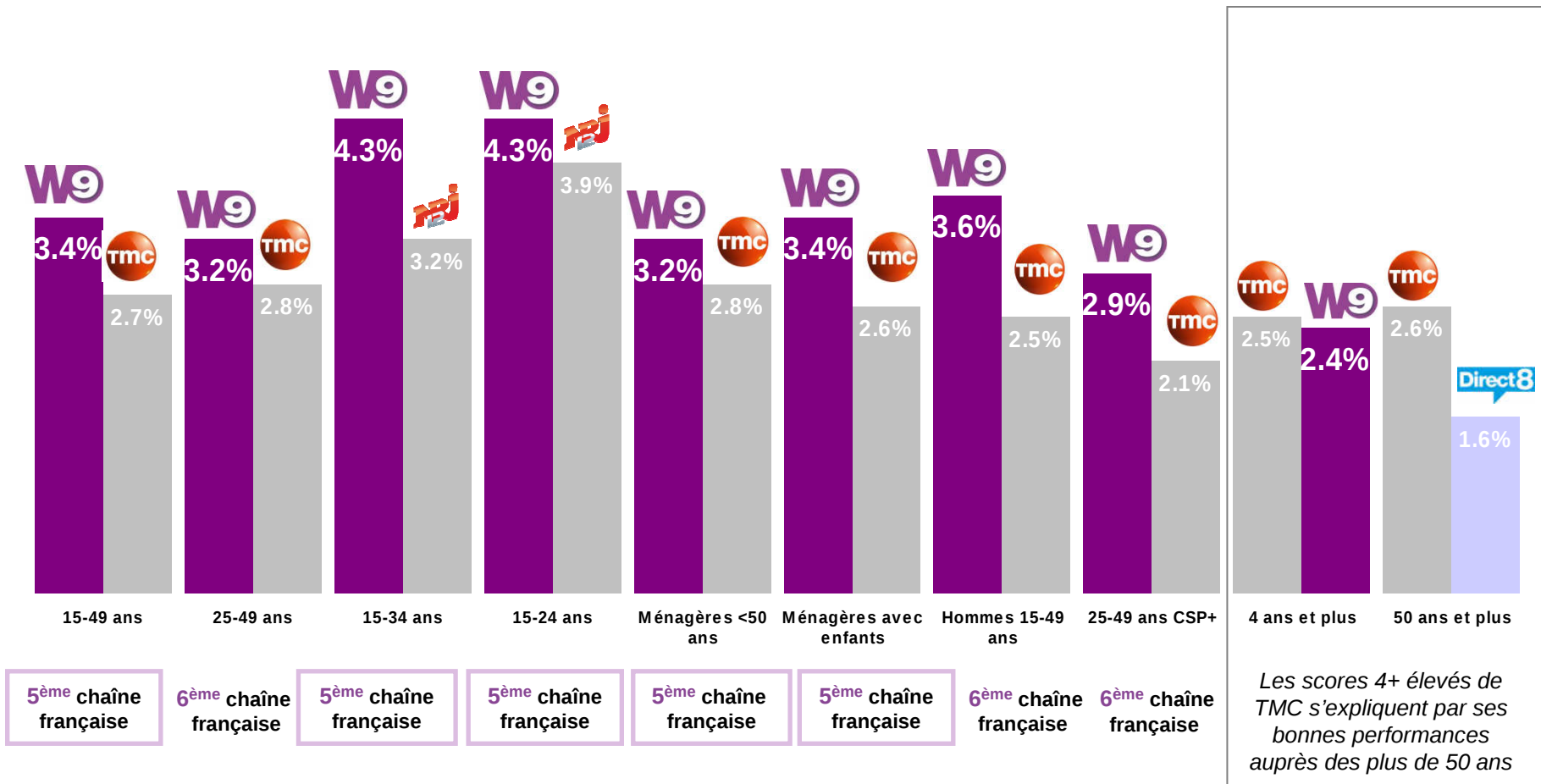
■ 1^{er} semestre 2008
■ 1^{er} semestre 2009

2 Télévision gratuite - Audiences

W9 – 1^{ère} chaîne numérique sur les cibles publicitaires majeures



Parts d'audience nationale – 1^{ère} vs 2^{ème} chaîne numérique sur chaque cible publicitaire (mai-juin 2009)

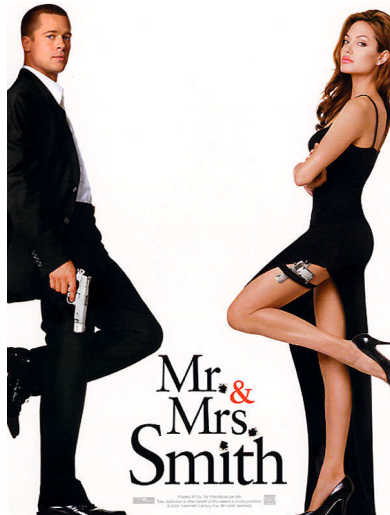


W9 – Des succès dans tous les genres de programmes



W9

CINEMA



1.4 M° de t1sp
(9 mars 2009)

MAGAZINES

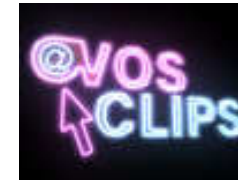


DOCUMENTAIRE :
Le convoi de l'extrême
1.3 M° de t1sp
(29 janvier 2009)

SPORT



MUSIQUE



Bientôt

SERIES



Missing
1.0 M° de t1sp
(5 juin 2009)



Le caméléon

2

Chaînes payantes - Audiences

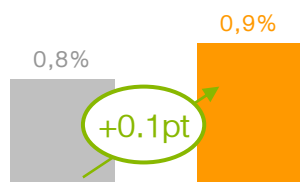
Confirmation du leadership de Paris Première et Téva



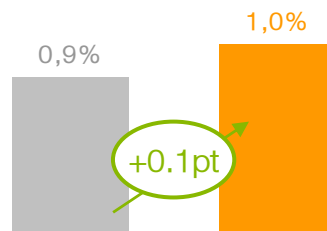
**PARIS
PREMIERE**

■ vague 16
■ vague 17

Part d'Audience 4+



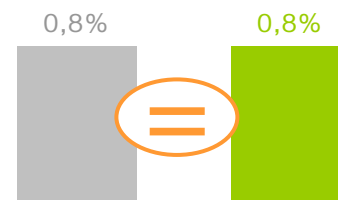
Part d'Audience ICSP+



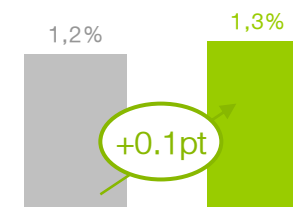
téva

■ vague 16
■ vague 17

Part d'Audience 4+



Part d'Audience Mén<50



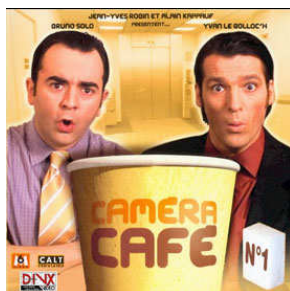
Paris Première est **leader sur les 4 ans et +** au premier semestre 2009 parmi les 74 chaînes du câble et satellite, et **leader sur les ICSP +**

Au premier semestre 2009, Téva confirme sa position de **leader auprès des Mén<50 ans**

Un succès 4+ lié à de nombreux genres de programmes :



Spectacle
d'humour



Mode



Cinéma



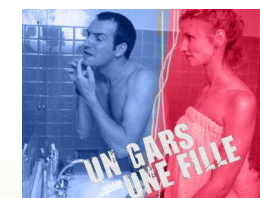
Succès de programmes puissants, féminins et familiaux :



Séries



Téléfilms



Documentaires

2

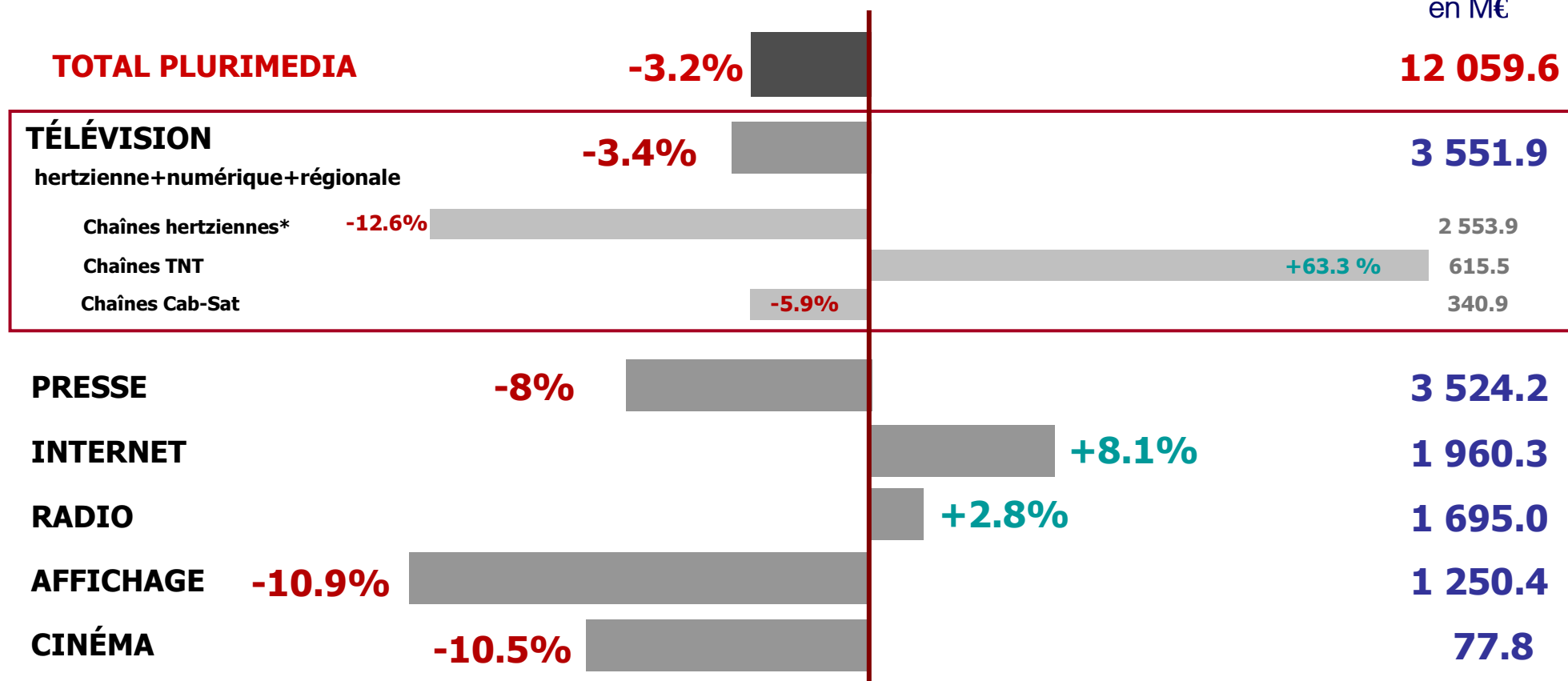
Télévision – Marché publicitaire

Un marché plurimédia brut en recul de -3.2% sur le S1 2009



Evolution janv-juin 2009
vs janv-juin 2008

Investissements
janv-juin 2009
en M€



*Chaînes hertziennes. :

TF1 brut, FTV net, Canal+ brut et M6 brut y compris le parrainage.

Source : TNS Media Intelligence - Hors auto promotion et abonnements – Univers constant 2009 vs 2008

Le groupe M6 augmente sa part de marché dans tous les univers

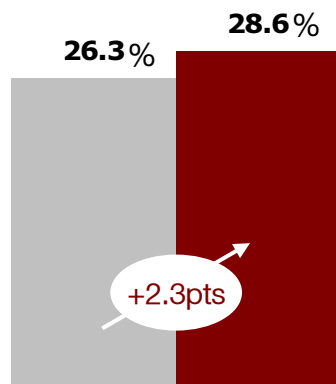


Part de Marché Brut Publicitaire du Groupe M6 dans chaque univers TV

TOTAL TÉLÉVISION (hertzien + TNT + Cab-Sat) : 3 253.6 M€ au S1 2009 (-3.1% vs S1 2008)

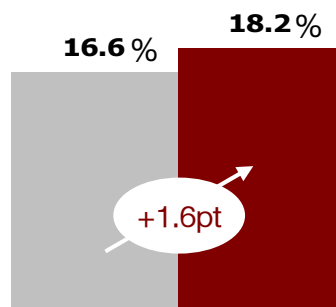
CHAÎNES HERTZIENNES

2 297.2 M€ -12.2% vs S1 2008



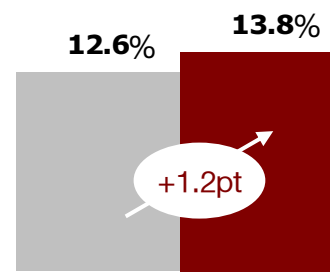
CHAÎNES TNT

615.5 M€ +63.3% vs S1 2008

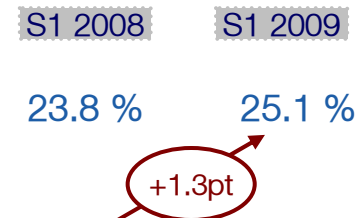


CHAÎNES CAB / SAT

340.9 M€ -5.9% vs S1 2008



Total PdM Groupe M6



■ 1er semestre 2008
■ 1er semestre 2009

Chaînes hertziennes hors parrainage et hors chaînes régionales

Chaînes hertziennes. : TF1 brut, TF1 Cristal en net en 2008, FTV en net et Canal+ brut et M6 brut.

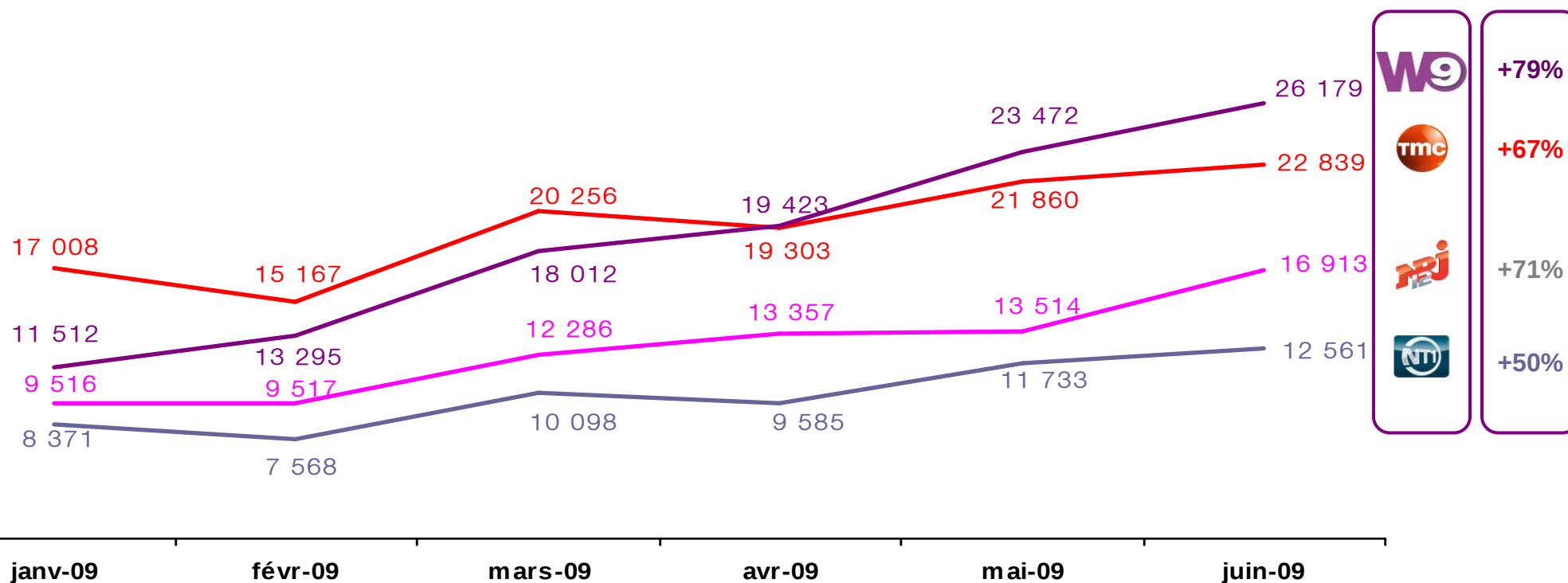
En 2009 attention donc à l'interprétation des évolutions de la TV hertzienne historique et le global TV.

Depuis avril 2009, W9 est la chaîne de la TNT la plus investie (brut)



Investissements publicitaires bruts - en K€

Evol. S1 2009 vs S1 2008 :



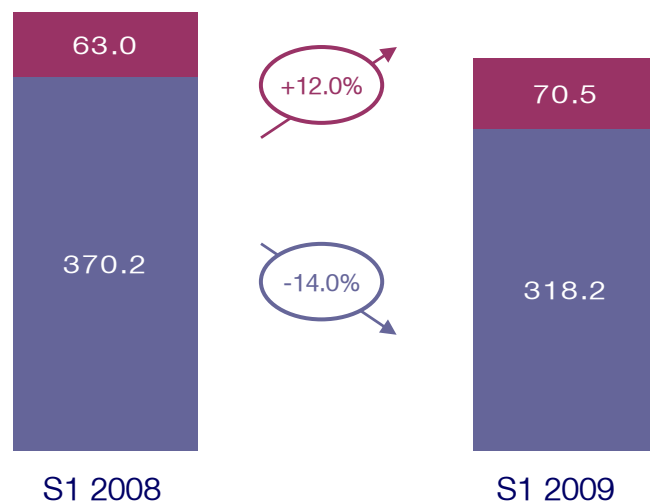
2

Télévision – Chiffres clés

Dans un contexte difficile, l'activité de télévision améliore sa rentabilité

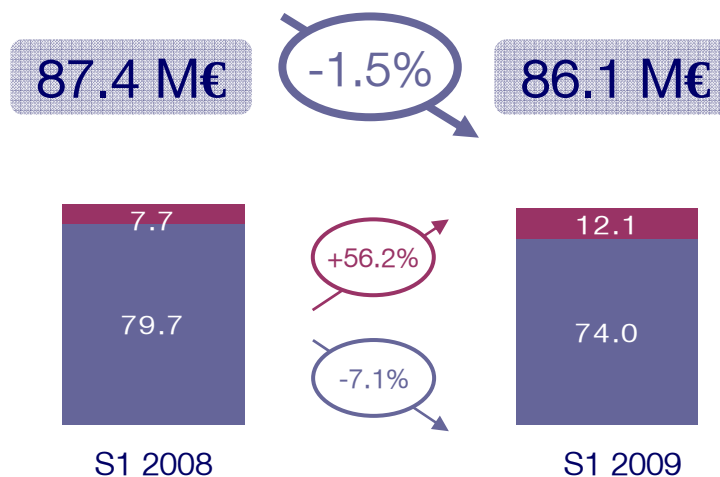
Chiffre d'affaires Télévision

a. Recul du CA



EBITA Télévision

b. Quasi-stabilité de l'EBITA



c. Une marge TV en progression



■ Antenne M6

■ Chaînes numériques

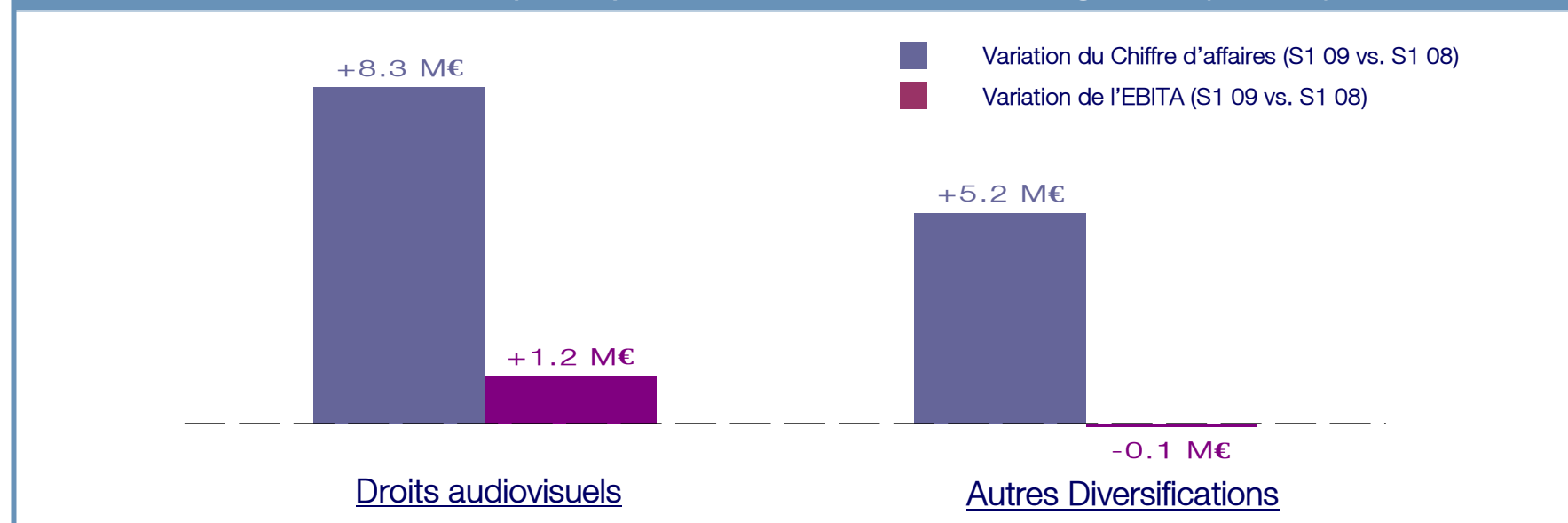
3 DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

Une rentabilité préservée



	S1 2008		S1 2009
Chiffre d'affaires Diversifications et Droits audiovisuels	275.9 M€	+4.9%	289.5 M€
EBITA Diversifications et Droits audiovisuels	21.5 M€	+5.1%	22.6 M€
Marge Diversifications et Droits audiovisuels	7.8%	Stable	7.8%

Variation des principales contributions du segment (en M€)

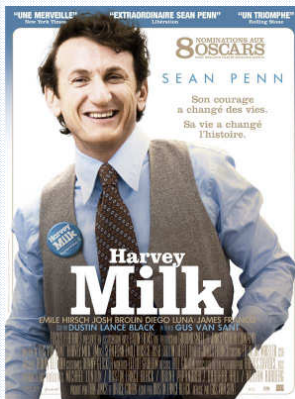


Des performances dans tous les domaines



DROITS AUDIOVISUELS

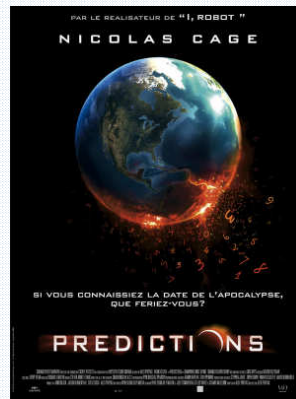
CINEMA



0.5 M° d'entrées



2.8 M° d'entrées



1.4 M° d'entrées

DVD



VENTADIS

- Bonne résistance du téléachat grâce à une animation renforcée et à l'événement anniversaire
- Réduction des coûts logistiques
- Gestion optimisée des approvisionnements



Ventadis

► Des marges préservées

F.C.G.B.

Coupe de la Ligue
(25 avril)



Champions de Ligue 1
(mai)



► QUALIFICATION EN CHAMPIONS LEAGUE (S2)

Des performances dans tous les domaines



INTERACTIVITE



✓ Un parc de clients de 1.5 million grâce à une offre de téléphonie complète et diversifiée (abonnements, pré-payés, 3 G,...)

✓ 1^{er} opérateur alternatif sur la cible des 15-25 ans



✓ Succès publicitaire avec un taux de mémorisation élevé

✓ De 1 à 2 spots pré-roll et une coupure interstitielle

✓ + de 120 millions de vidéos vues depuis le lancement

✓ Déploiement en cours chez les opérateurs FAI (Orange, ...)

→ Équilibre financier en 2009



Offre de contenus premium

- Des portails thématiques enrichis
- Des sites de chaînes et d'émissions

11. 9 millions de Visiteurs Uniques (mai 2009) sur la totalité des sites du Groupe.



3.2 M de VU en mai 2009
(site refondu en avril)

Portails thématiques



0.7 M VU



0.5 M VU

Principaux sites



2.0 M VU



4.2 M VU



1.6 M VU

4

COMPTES

Bilan consolidé simplifié



En M€	31 décembre 2008	30 juin 2009	Variation (M€)
Goodwill	83.0	82.8	(0.2)
Actif non courant	665.9	294.2	(371.7)
Actif courant	651.3	1 020.0	368.7
Trésorerie	40.5	33.5	(7.0)
TOTAL ACTIF	1 440.7	1 430.5	(10.2)
Capitaux propres part du groupe	795.1	767.4	(27.7)
Intérêts minoritaires	(0.1)	(0.2)	(0.9)
Passif non courant	38.0	36.6	(1.4)
Passif courant	607.7	626.7	19.0
TOTAL PASSIF	1 440.7	1 430.5	(10.2)

Tableau de financement consolidé simplifié



En M€	30 juin 2008	30 juin 2009	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	144.0	148.9	4.9
Variation de BFR d'exploitation	(8.4)	(27.4)	(19.0)
Impôt	(39.3)	(21.5)	17.8
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	96.3	100.0	3.7
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(68.8)	(32.8)	36.0
Flux de trésorerie des activités de financement	(90.4)	(74.2)	16.2
Variation globale de trésorerie	(62.9)	(7.0)	
Trésorerie à l'ouverture	89.1	40.5	(48.7)
Trésorerie à la clôture	26.2	33.5	7.3
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>(41.2)</i>	<i>(8.3)</i>	<i>32.9</i>

5

ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé



En M€	30/06/2009	30/06/2008	Variation 2009 / 2008	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	315.2	367.1	(51.9)	-14.1%
Chiffre d'affaires - autres activités	3.0	3.1	(0.1)	-1.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	74.0	79.7	(5.7)	-7.1%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	70.5	63.0	7.5	12.0%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	12.1	7.7	4.4	56.3%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	289.5	275.9	13.6	4.9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	22.6	21.5	1.1	5.1%
Autre chiffre d'affaires	0.1	0.1	0.0	42.5%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	678.3	709.1	(30.7)	-4.3%
Eliminations et résultats non affectés	(1.3)	(2.4)	1.1	-47.3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	107.5	106.5	1.0	0.9%
Amortissement et perte de valeur des actifs incorporels liés aux acquisitions (dont Goodwill)	(0.7)	(0.5)	(0.2)	
Résultat de cession de filiales et participations	(0.0)	1.8	(1.8)	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	106.8	107.9	(1.0)	-1.0%
Résultat financier	0.1	1.5	(1.5)	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	10.5	9.9	0.6	
Part dans les sociétés mises en équivalence	(0.4)	(1.3)	0.9	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	116.9	118.0	(1.1)	-0.9%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(36.9)	(38.8)	1.8	
Résultat net des activités poursuivies	80.0	79.2	0.8	1.0%
Résultat net des activités abandonnées	-	-	-	
Résultat net	80.0	79.2	0.8	1.0%
Part des minoritaires	0.1	0.0	0.0	
Résultat net part du Groupe	80.1	79.3	0.8	1.0%

Détail des contributions du segment - Antenne M6



En M€	30/06/2009			30/06/2008			variation 2009/2008		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Chaîne M6*	353.7	315.9	73.8	410.3	368.2	79.7	(56.5)	(52.4)	(5.8)
Filiales de production audiovisuelle et cinématographique	54.5	2.3	0.2	51.9	1.9	(0.0)	2.6	0.4	0.2
Eliminations intra-segment	(73.1)	-	-	(75.5)	-	-	2.4	-	-
Total Antenne M6	335.2	318.2	74.0	386.7	370.2	79.7	(51.5)	(52.0)	(5.6)

* y.c. M6 Publicité (Régie)

Présentation analytique des contributions du segment – Antenne M6



En M€	30/06/2009	30/06/2008	Variation 2009 / 2008	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	315.2	367.1	(51.9)	-14.1%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	3.9	3.4	0.5	15.7%
Coût de la régie (quote-part M6), taxes et droits d'auteur, coûts de diffusion	(64.9)	(65.6)	0.7	-1.1%
Recettes nettes diffuseurs	254.2	304.9	(50.7)	-16.6%
Coût de la grille	(148.4)	(194.5)	46.1	-23.7%
Marge Brute de la grille	105.8	110.4	(4.6)	-4.2%
En %	41.6%	36.2%		
Autres revenus / (charges) / contributions	(31.7)	(30.7)	(1.0)	3.4%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	74.0	79.7	(5.6)	-7.1%



Détail des contributions du segment – Chaînes numériques, Diversifications et Droits Audiovisuels

En M€	30/06/2009			30/06/2008			variation 2009/2008		
	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)
Chaînes Numériques	71.2	70.5	12.1	63.8	63.0	7.7	7.4	7.5	4.4

En M€	30/06/2009			30/06/2008			variation 2009/2008		
	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)
Droits audiovisuels	55.4	46.1	(0.0)	44.7	37.8	(1.2)	10.7	8.3	1.2
Pôle Interactions	19.0	16.8	0.1	21.0	18.4	1.0	(2.0)	(1.7)	(1.0)
Pôle Ventadis	131.0	126.9	4.3	142.3	137.4	3.9	(11.3)	(10.5)	0.4
Pôle Interactivité	50.5	44.2	11.3	48.5	41.4	11.6	2.0	2.8	(0.4)
FCGB	56.2	55.5	7.0	41.0	40.9	6.2	15.2	14.6	0.9
Eliminations intra-segment	(7.8)	-	-	(8.6)	-	-	0.7	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	304.2	289.5	22.6	288.9	275.9	21.5	15.2	13.6	1.1



QUESTIONS & REPONSES