



GROUPE

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2010

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 financières relatives au premier semestre 2010 sont disponibles dans le rapport financier semestriel en ligne sur le site www.groupem6.fr.



FAITS MARQUANTS

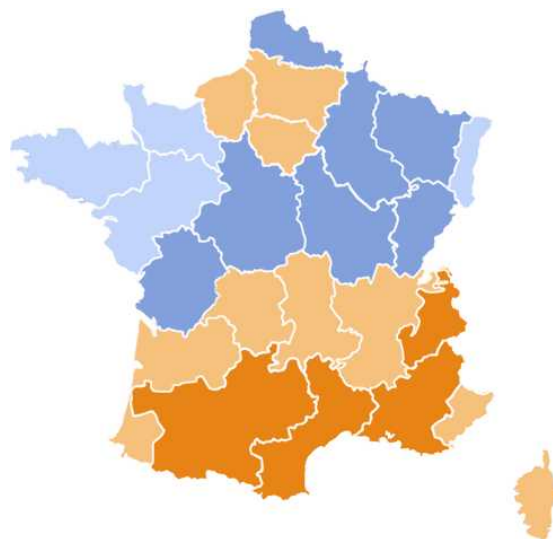
Les faits marquants du S1 2010

S1 2010 : évolutions cycliques et structurelles



1

Extinction du signal analogique



-  S1 2010 : 4 zones
-  S2 2010 : 6 ou 7 zones
-  S1 2011 : 9 ou 10 zones
-  S2 2011 : 4 zones

Équipement multi chaînes
Juin 2010
en % de la population française

93%

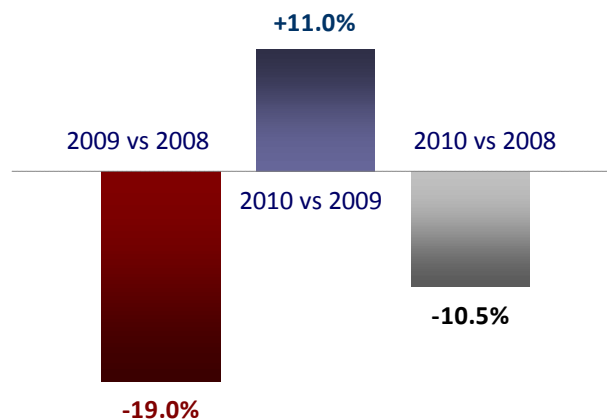
Source : CSA, Médiamétrie

2

Environnement publicitaire



Marché publicitaire net TV France
(estimations internes, total TV)
1^{er} semestre



3

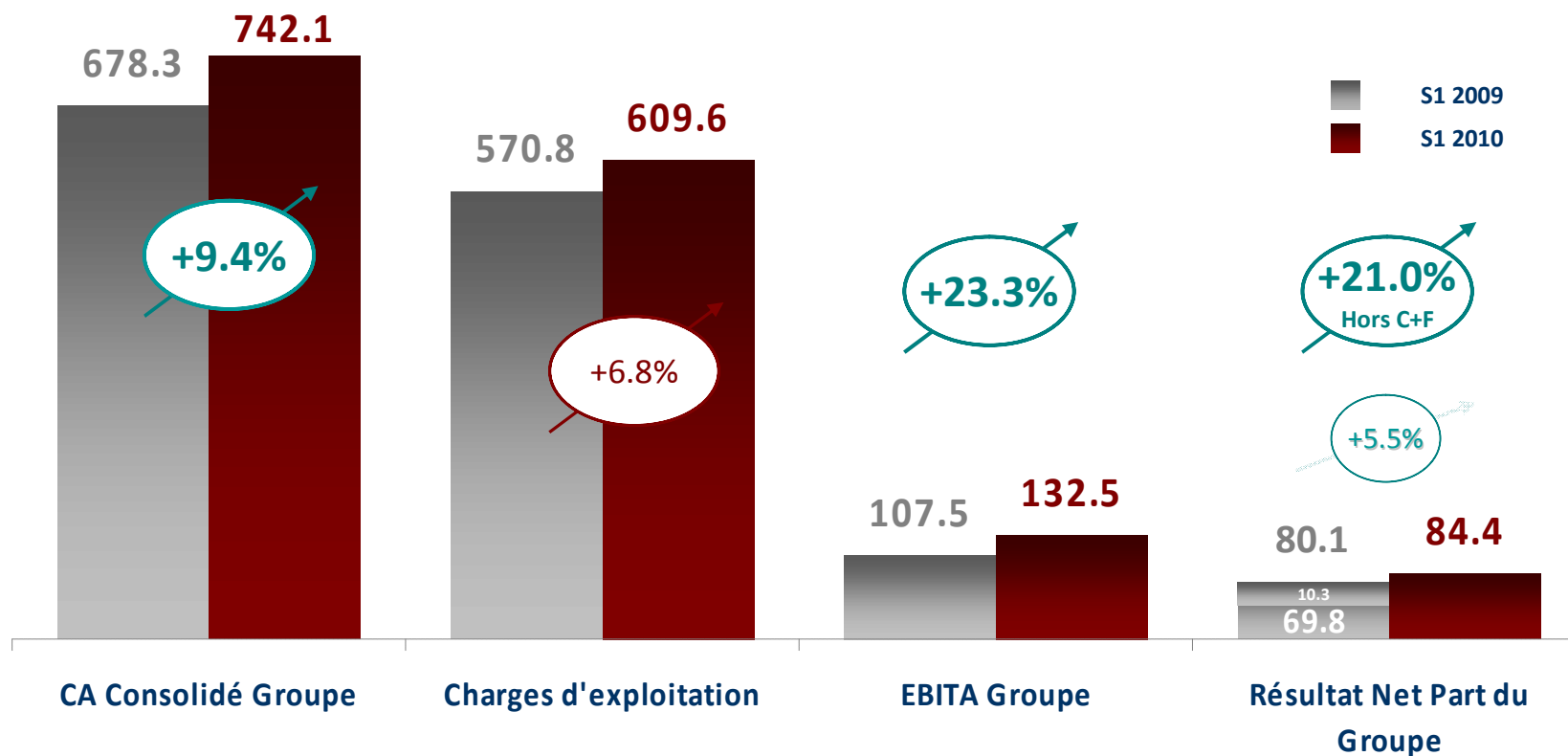
Concurrence et réglementation

- **Consolidation du marché de la TNT gratuite**
- **TNT gratuite (HD) et payante**
Nouvelles procédures d'attribution de licences par le CSA
- **(Dé)réglementation publicitaire**
Placement de produits autorisé
Ouverture des paris / jeux en ligne (Juin 2010)
Fin de la publicité en journée sur France Télévisions prévue en Novembre 2011 sous revue

Chiffres consolidés : la confirmation d'une croissance rentable



Chiffres clés (en M€)



Marge EBITA	Marge nette
15.8 %	10.3 %*
17.9 %	11.4 %

* Hors variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France. Publié : 11.8%

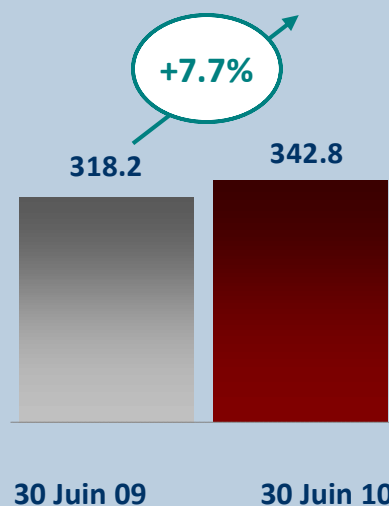
Les faits marquants du S1 2010

Un chiffre d'affaires consolidé en progression de +9.4 % à 742.1 M€

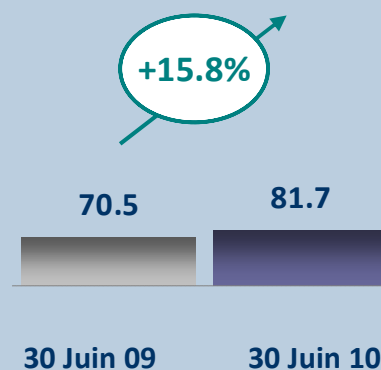


Détail des contributions au chiffre d'affaires du Groupe - (en M€)

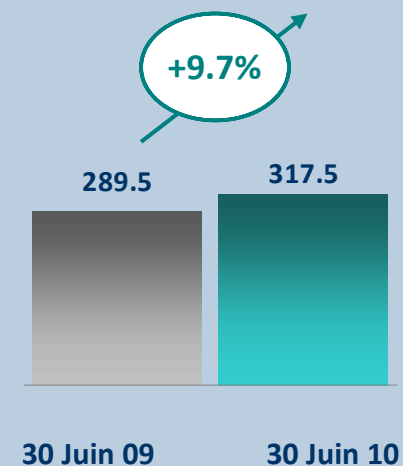
Antenne M6



Chaînes Numériques



Diversifications et Droits Audiovisuels

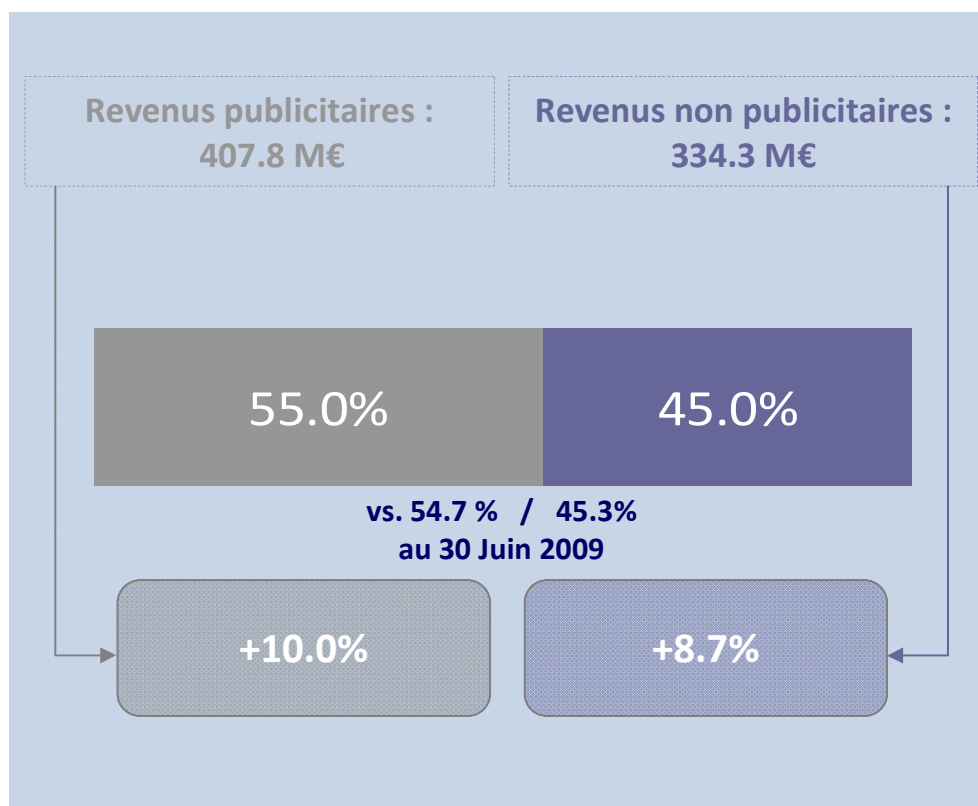


Les faits marquants du S1 2010

Un chiffre d'affaires consolidé en croissance de +9.4 % à 742.1 M€

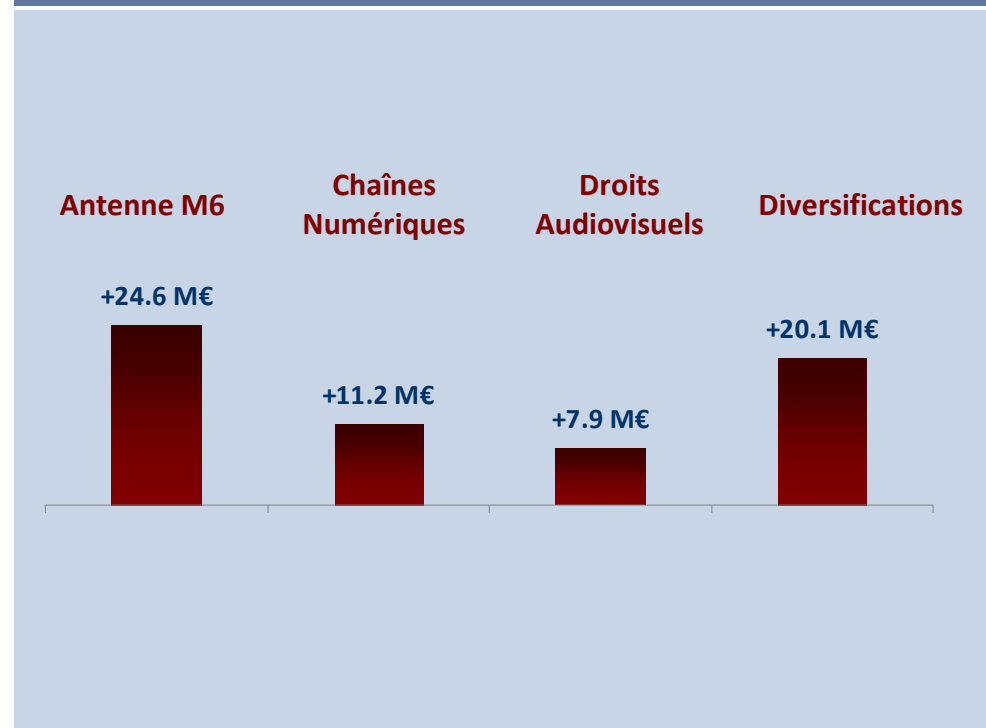


La confirmation d'un modèle de revenus équilibré



Progression du chiffre d'affaires de toutes les activités

Évolution de la contribution au CA consolidé

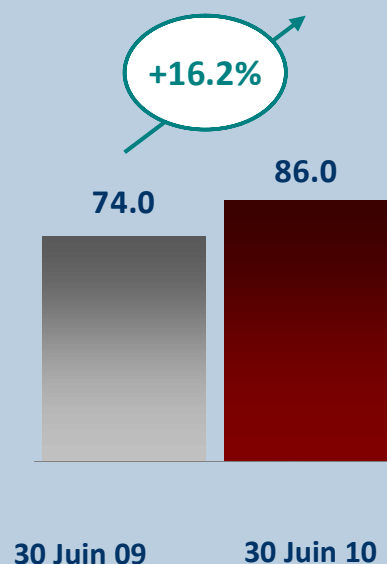


Un résultat opérationnel courant en progression de +23.3% à 132.5 M€

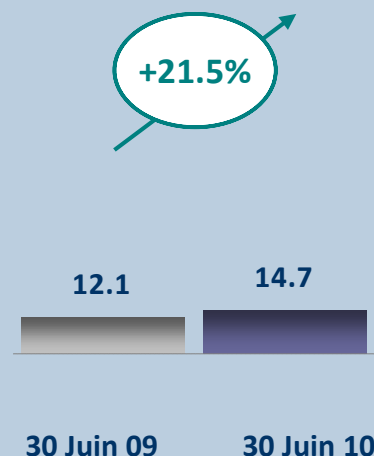


Détail des contributions au résultat opérationnel courant (EBITA) du Groupe - (en M€)

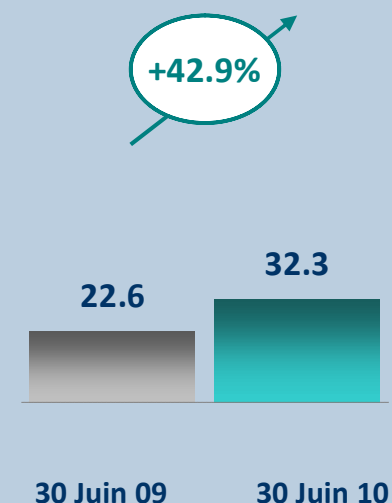
Antenne M6



Chaînes Numériques



Diversifications et Droits Audiovisuels

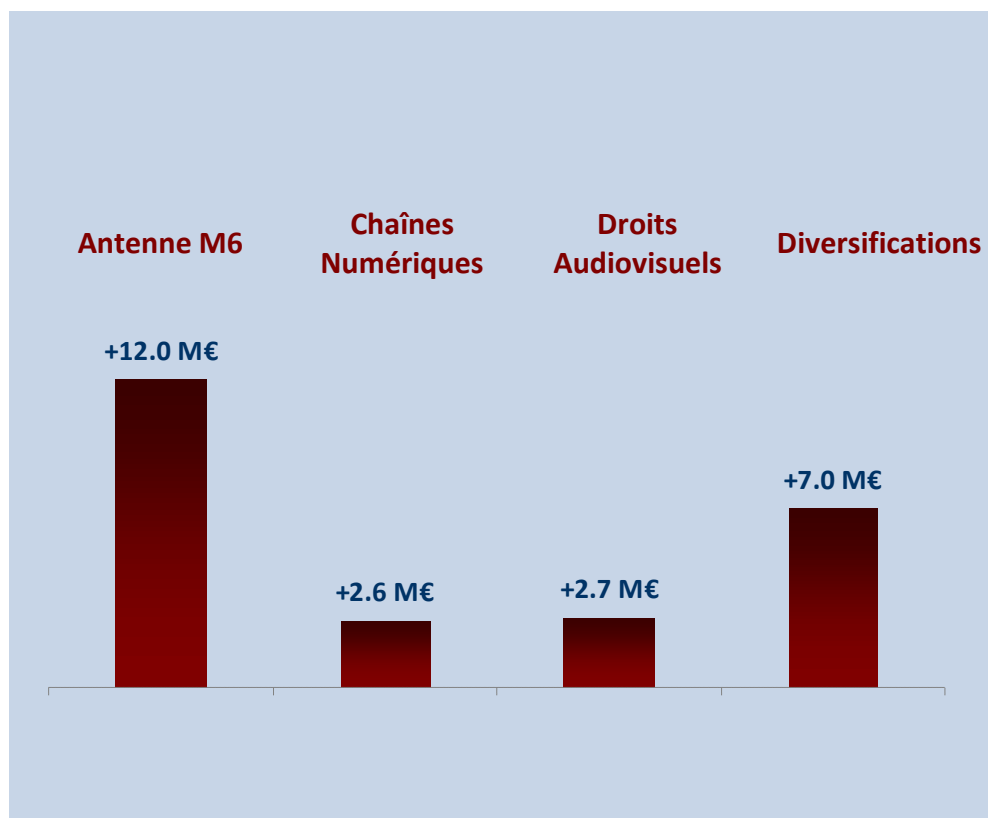


Les faits marquants du S1 2010

Un résultat opérationnel courant en progression de +23.3% à 132.5 M€



Une progression du résultat de toutes les activités*



* Hors F.C.G.B

Une amélioration généralisée des marges

	S1 2009	S1 2010	marge
Antenne M6	23.3%	25.1%	+1.8pt
Chaînes Numériques	17.2%	18.0%	+0.8pt
Diversifications et Droits Audiovisuels	7.8%	10.2%	+2.4pts

Marge opérationnelle courante (EBITA/CA)



Une génération importante de FCF, une position de trésorerie nette significative

<i>En M€ sauf données en %</i>	2009	S1 2008	S1 2009	S1 2010	
Profitabilité / Cash-Flows					
FCF hors investissements de croissance	219.7	89.3	88.2	142.5	
Marge Opérationnelle (EBITA / CA)	13.8%	15.0%	15.8%	17.9%	Forte performance opérationnelle
Cash Conversion Ratio ajusté	115.5%	83.8%	82.0%	107.5%	
Marge Nette (Res. Net / CA)	10.1%	11.2%	11.8%	11.4%	
Marge Nette hors réévaluation des titres C+ France	8.6%	9.8%	10.3%	11.4%	
Bilan					
Capitaux employés et autres actifs nets	351.4	416.8	402.3	356.3	Vente des titres C+ France 384.2M€
C+ France	384.2	352.8	373.4	-	
Trésorerie nette	85.2	(41.2)	(8.3)	256.1	~302M€ de dividende
Capitaux propres - part du Groupe	820.8	728.4	767.4	612.4	



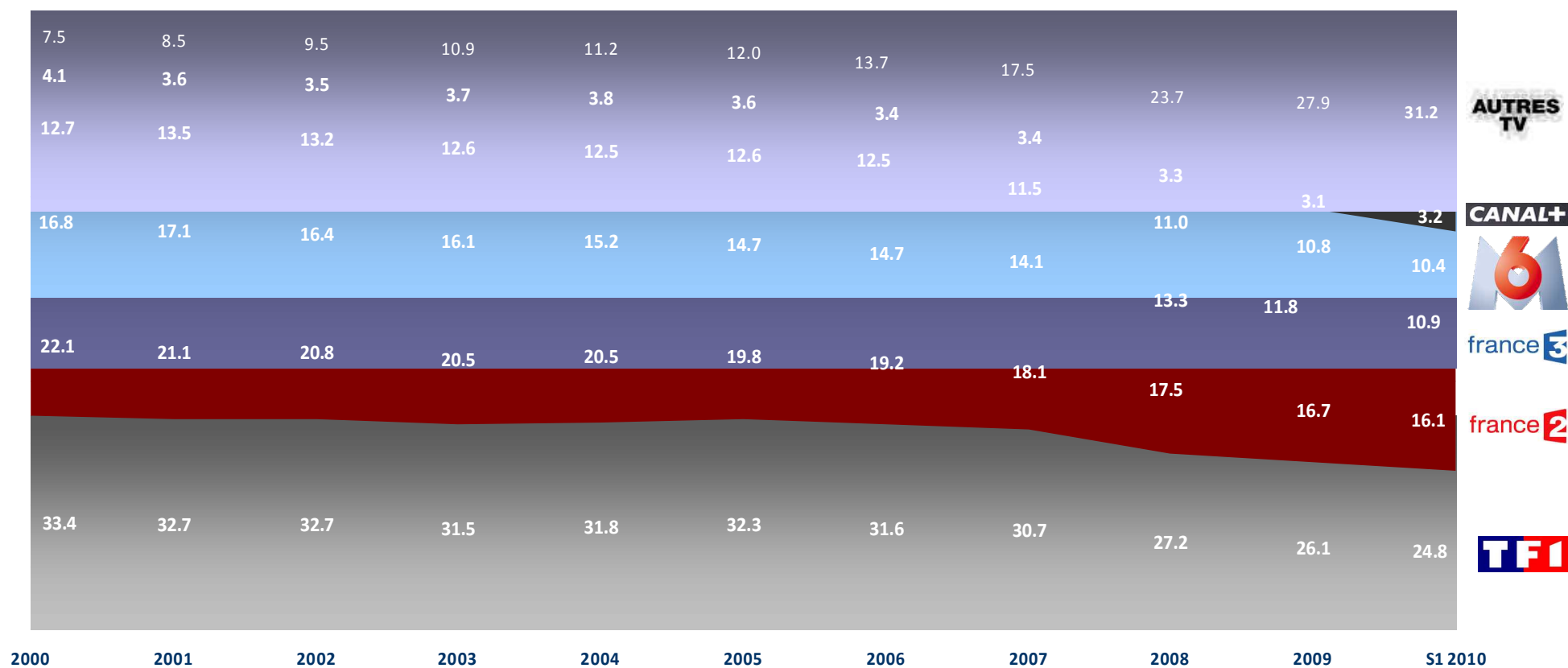
TÉLÉVISION

Audiences

1^{er} semestre 2010, les autres TV poursuivent leur croissance



Part d'audience en %, individus 4 ans et plus



Sur 10 ans (2000 – S1 2010) : M6 est la chaîne qui résiste le mieux dans l'environnement multi-chaîne, validant ainsi son modèle de développement



Evolution des ratios de part d'audience (individus 4 ans et plus)

	2000	S1 2010	
	38%	42%	↗
	57%	64%	↗
	75%	95%	↗

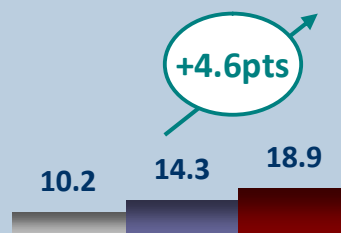
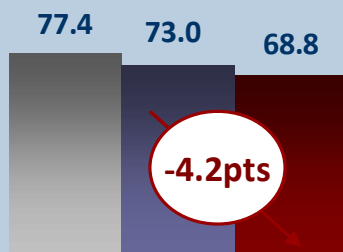
Les chaînes du Groupe dans leur environnement TV



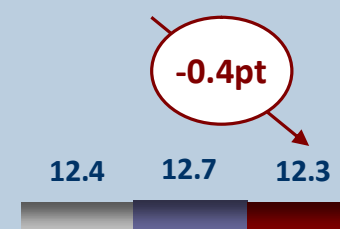
Part d'audience 4 ans et + (en %)

TOUTES TV

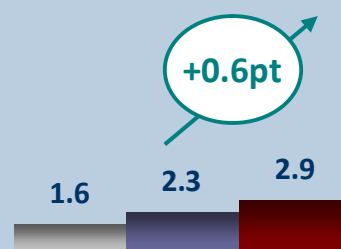
CHAINES HISTORIQUES



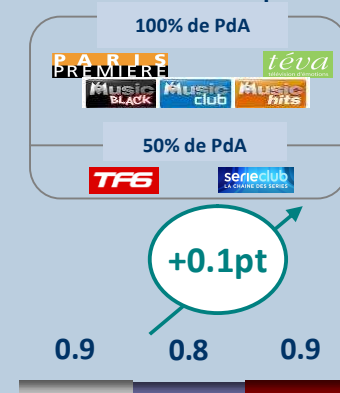
CABLE & SATELLITE



GROUPE M6



Chaînes du Groupe*



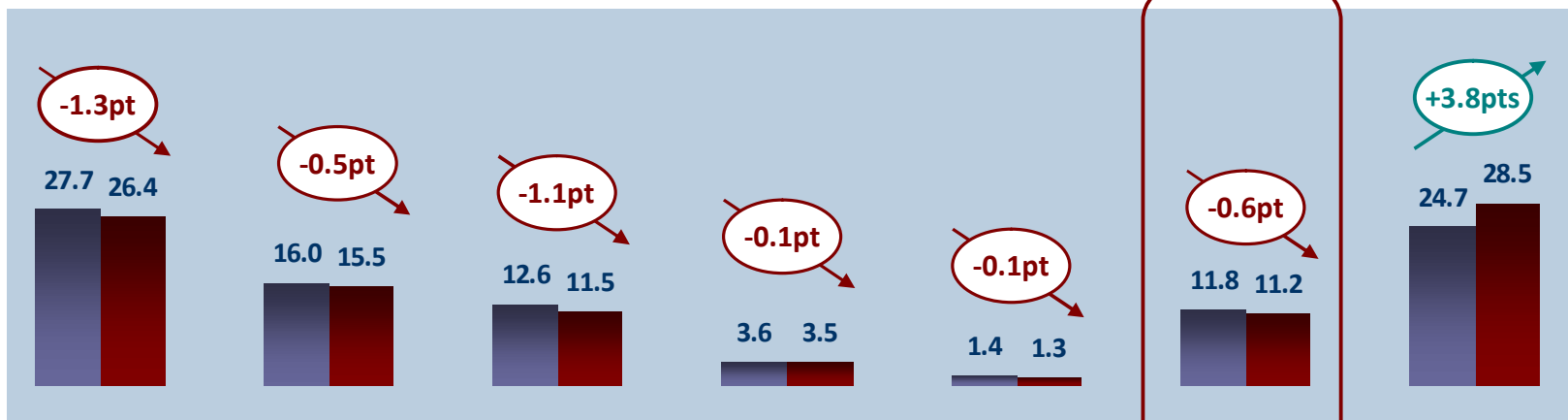
S1 2008
S1 2009
S1 2010

*PdA 4 ans et + MediaCabSat 2009 et Janvier-Juin 2010

12h-24h : focus sur les tranches horaires stratégiques

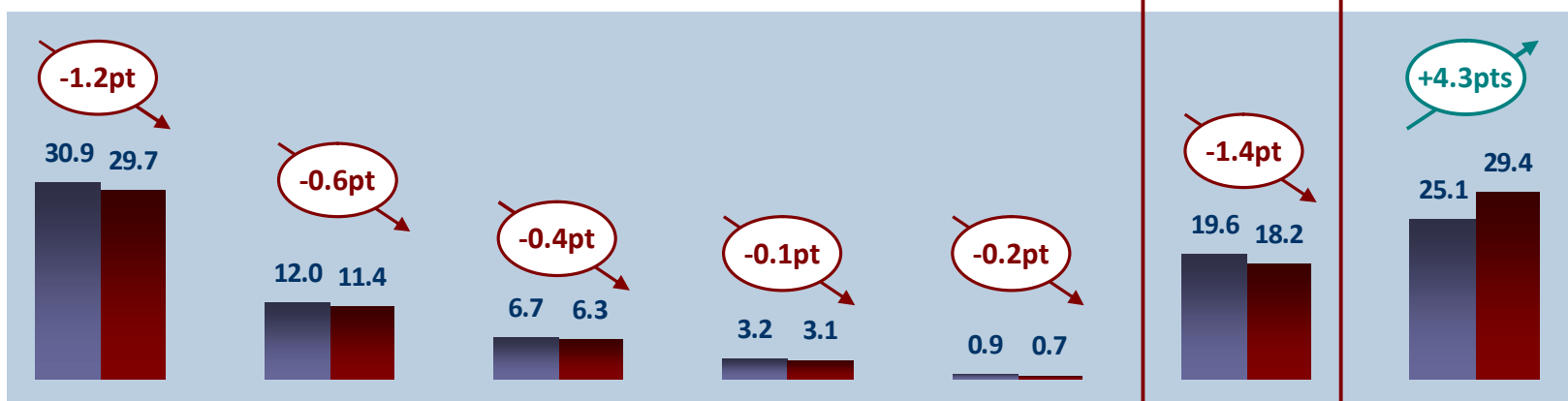


Part d'audience
4 ans et + (en %)

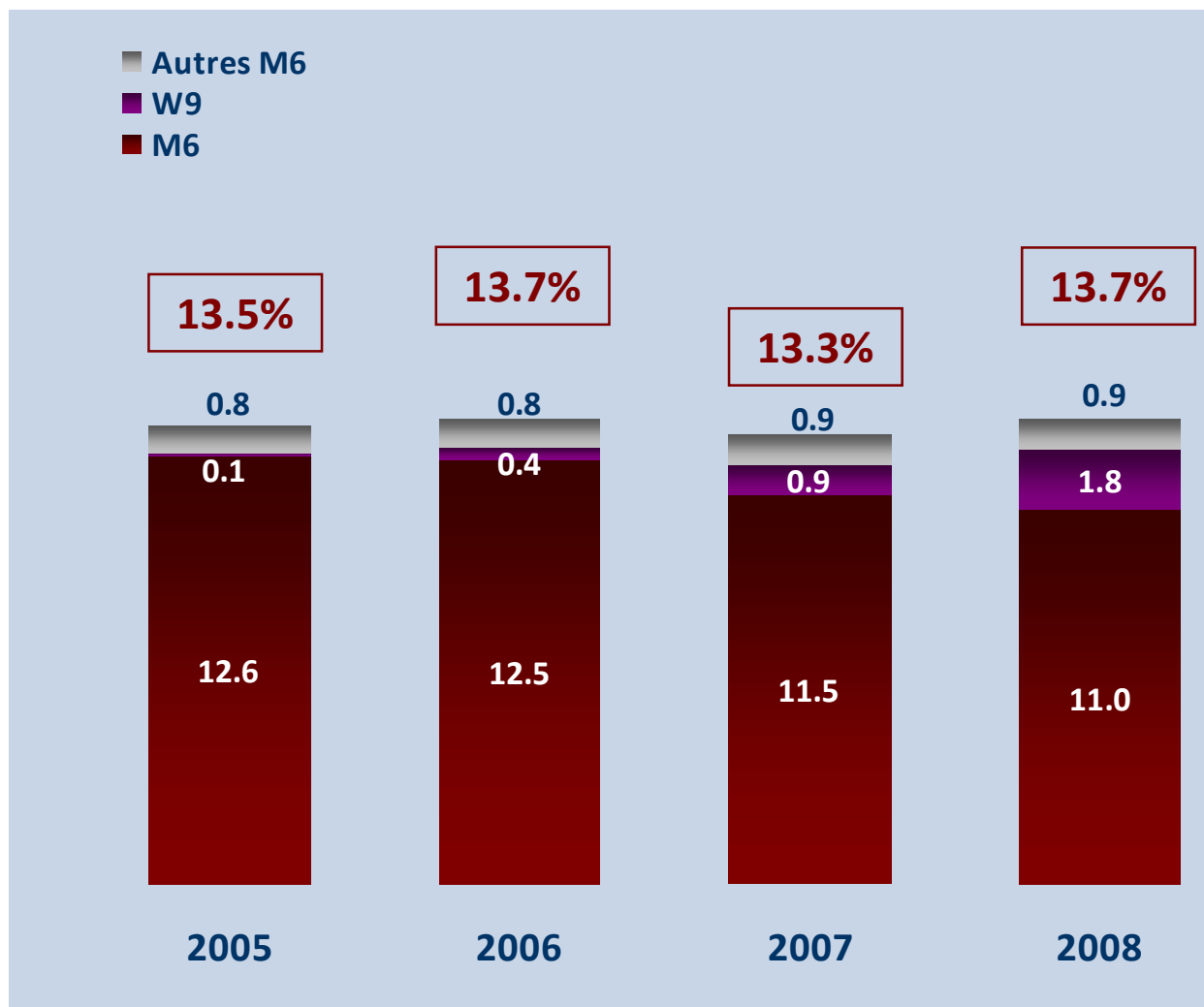


Part d'audience
Mén < 50 ans (en %)

■ S1 2009
■ S1 2010



La force de la famille de chaînes du groupe M6



Sources : Médiamétrie / MediaCabSat

Des programmes fédérateurs : marques fortes et savoir-faire innovant



Production externe



L'AMOUR EST DANS LE PRÉ (saison 5)

4.7M° de téléspectateurs

20% 4+ / 30% M<50



LA FRANCE A UN INCROYABLE TALENT (saison 4)

3.7M° de téléspectateurs

15% 4+ / 19% M<50



NOUVELLE STAR (saison 8)

3.3M° de téléspectateurs

14% 4+ / 21% M<50



MAISON A VENDRE

3.2M° de téléspectateurs

13% 4+ / 23% M<50

Production interne



LE COMBAT DES REGIONS (saison 1)

3.8M° de téléspectateurs

16% 4+ / 24% M<50



TOP CHEF (saison 1)

3.5M° de téléspectateurs

16% 4+ / 24% M<50



PEKIN EXPRESS (saison 5)

3.3M° de téléspectateurs

14% 4+ / 20% M<50



C'EST MA VIE – day time

1.2M° de téléspectateurs

11% 4+ / 21% M<50

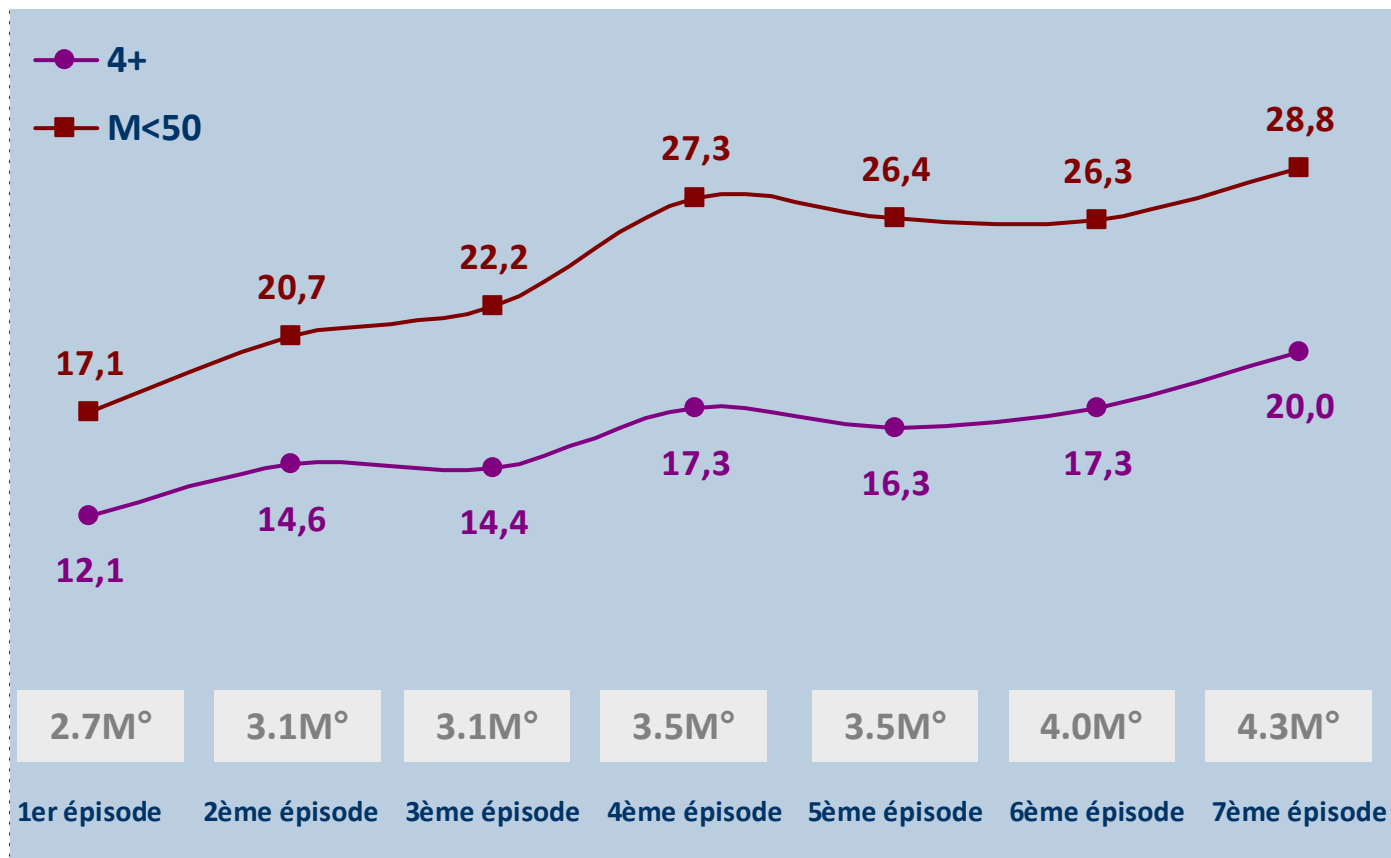
Moyenne de M6 en prime time : 13% 4+ / 19% M<50 / 3.1M° de tisp

Source : Médiamétrie

TOP CHEF : une innovation, un large succès



3.5M° tisp en moyenne pour les 7 soirées : **+700 000 tisp** par rapport à la moyenne de la case



Source: Médiamétrie

Des marques fortes déclinées avec succès dans tous les genres de programmes



Access Prime Time
1.8M° de tisp
15% 4+ / 25% M<50



Prime Time
4.7M° de tisp
20% 4+ / 30% M<50



Prime Time
3.4M° de tisp
15% 4+ / 17% M<50



Soirée 2
1.7M° de tisp
15% 4+ / 18% M<50



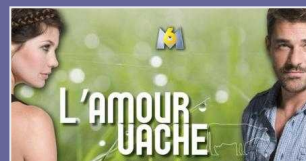
Prime Time
6.5M° de tisp
26% 4+ / 36% M<50



Access Prime Time
2.1M° de tisp
11% 4+ / 22% M<50



Prime Time
3.8M° de tisp
16% 4+ / 24% M<50



Prime Time
4.7M° de tisp
18% 4+ / 28% M<50



Prime Time
3.3M° de tisp
14% 4+ / 18% M<50



Prime Time
3.0M° de tisp
12% 4+ / 15% M<50



Prime Time
3.6M° de tisp
15% 4+ / 21% M<50

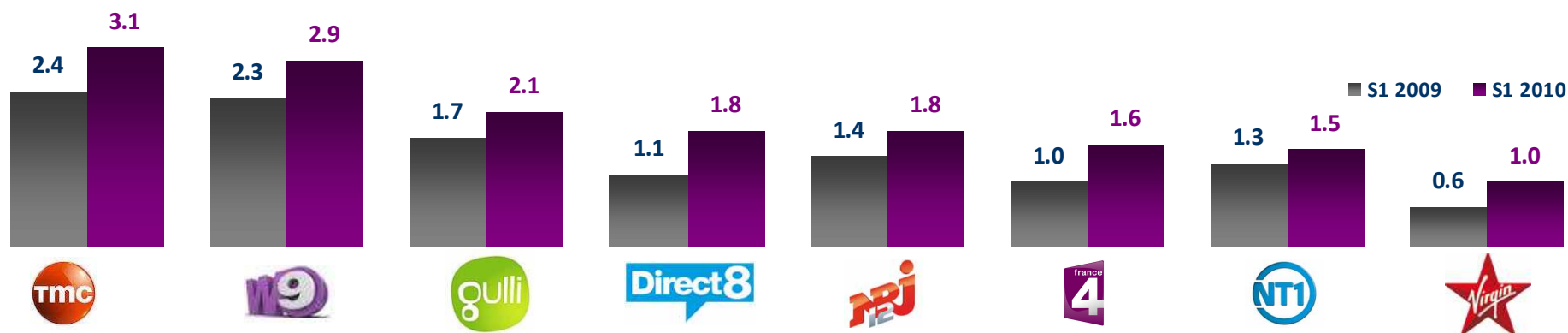
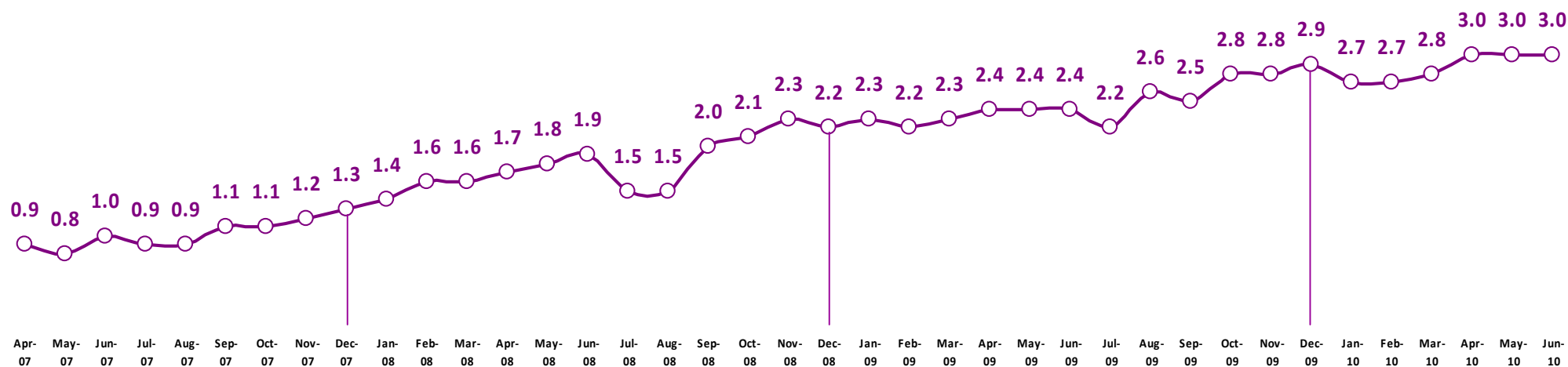


Access Prime Time
1.8M° de tisp
12% 4+ / 22% M<50

W9 conforte sa position sur la TNT



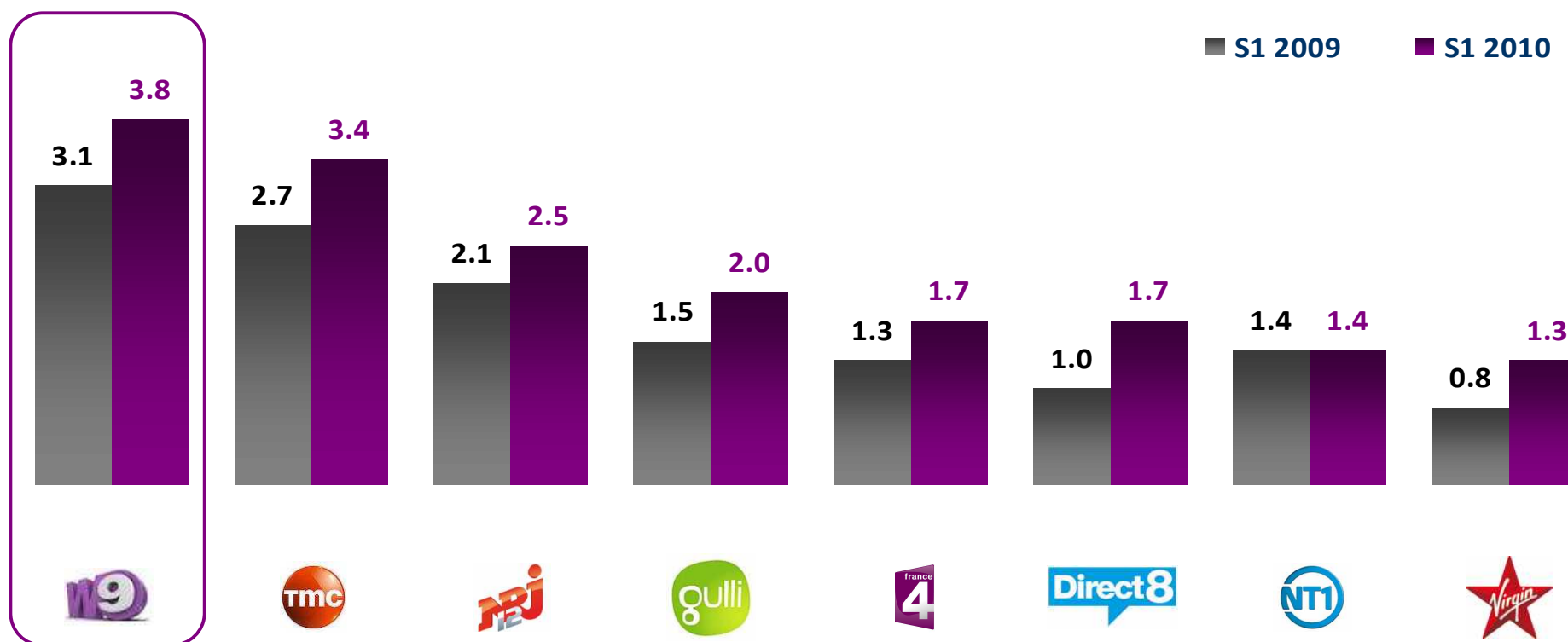
Part d'audience nationale (4 ans et +)



W9 leader sur la TNT auprès des ménagères de moins de 50 ans



Pda Mén<50 ans (en %)



W9 – Des programmes diversifiés et de nouveaux records



VIES CROISEES : Record historique pour un magazine sur W9

1.1M° de tisp (le 29/6/2010)

4.6% 4+ / 8.2% Mén<50



ENQUETE D'ACTION : Record historique pour le magazine

0.9M° de tisp (le 25/6/2010)

4.9% 4+ / 11.5% Mén<50



UEFA EUROPA LEAGUE : Meilleure audience historique pour un match de football sur W9

1.2M° de tisp (le 8/4/2010)

5.0% 4+ / 8.3% Hom<50



Film. HELLBOY : RECORD D'AUDIENCE DE L'ANNEE SUR W9

1.4M° de tisp (le 27/5/2010)

6.0% 4+ / 6.7% Mén<50

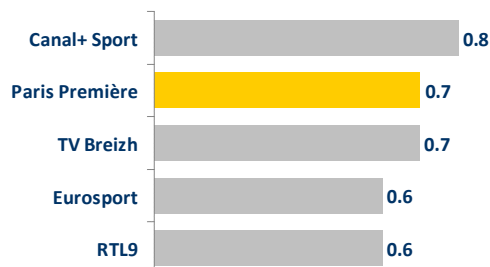
Confirmation des bonnes performances de Paris Première et de Téva



**PARIS
PREMIERE**

Paris Première se classe
au **2ème rang des 84**
chaînes payantes du
câble et satellite auprès
de l'ensemble du public
en mars-juin 2010.

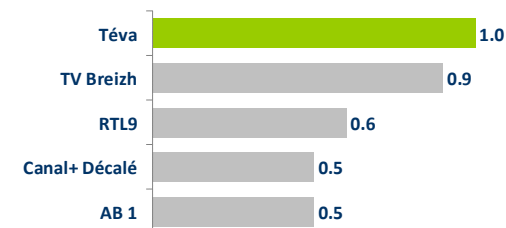
Part d'Audience 4+



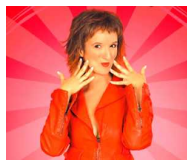
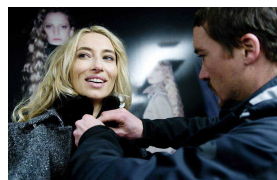
téva

Au premier semestre
2010, Téva confirme sa
position de **leader**
auprès des **Femmes**
<50 ans et auprès
des **Mén. avec**
enfants

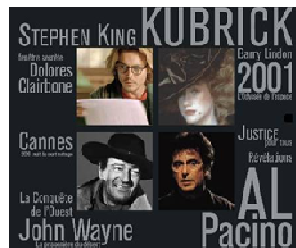
Part d'Audience Fem<50



Succès des programmes puissants et originaux :



**ÇA
BALANCE
A PARIS**



Succès des programmes puissants, féminins et familiaux :

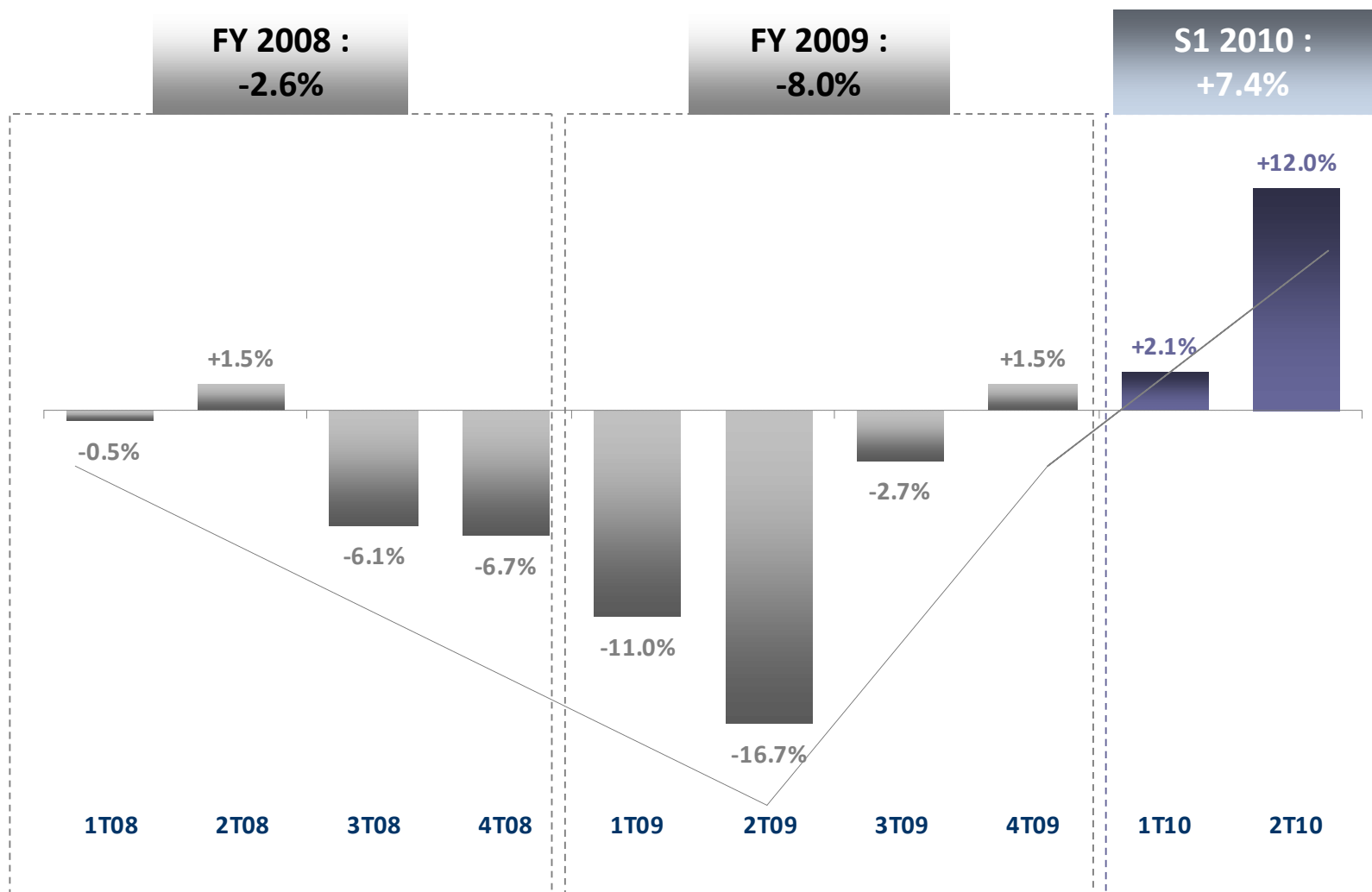




TÉLÉVISION

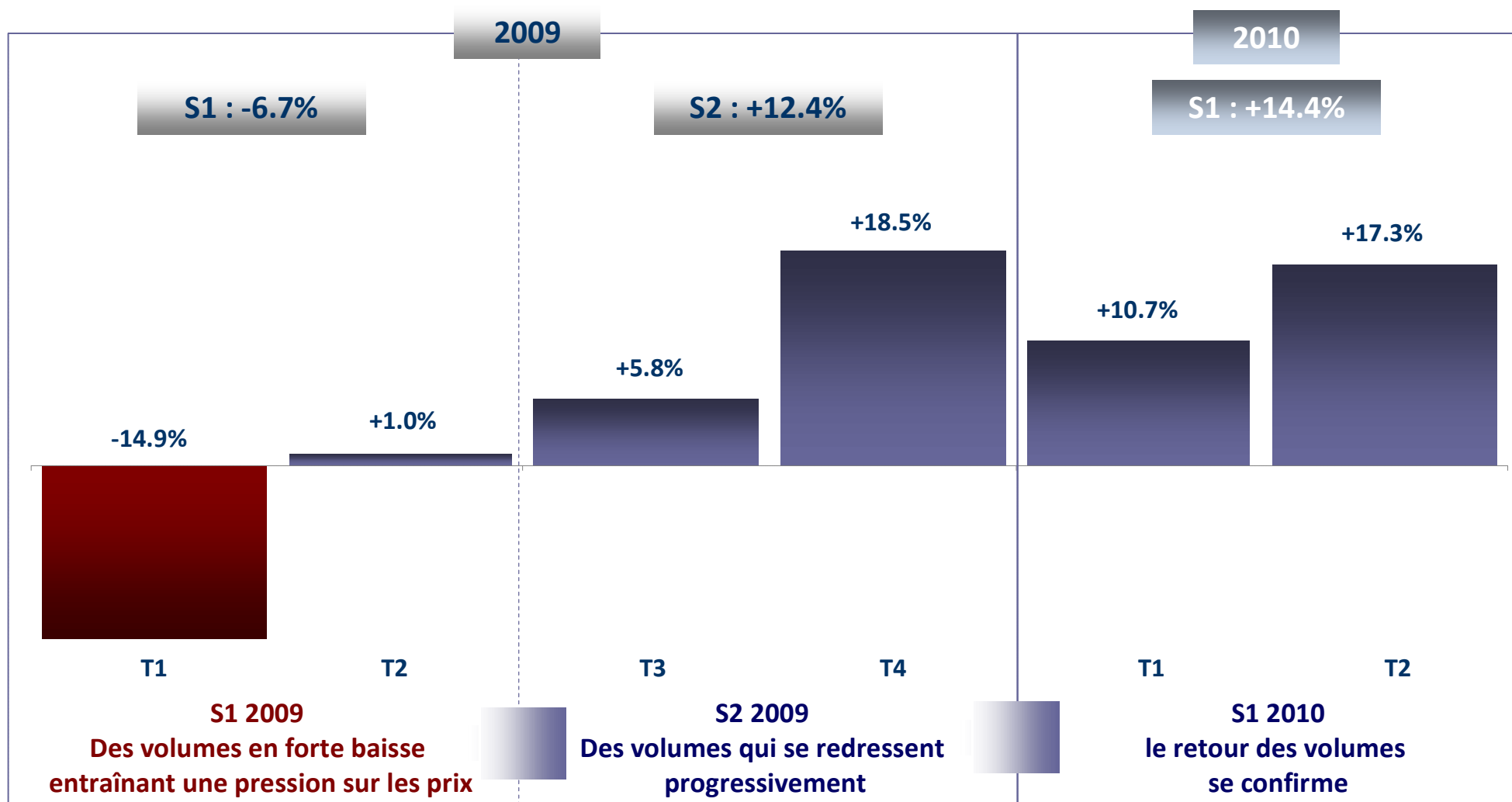
Publicité

CA publicitaire chaîne M6 : Un rebond au 1^{er} semestre 2010



Une reprise des volumes publicitaires sur M6 qui se confirme

Evolution du temps de publicité vs période équivalente en n-1

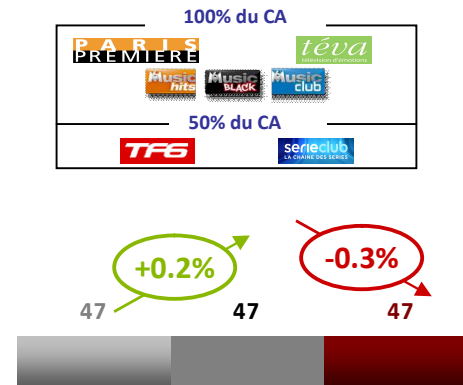
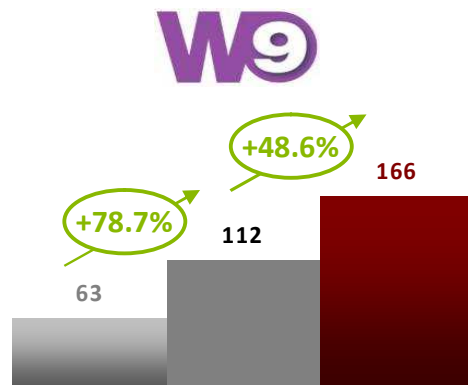
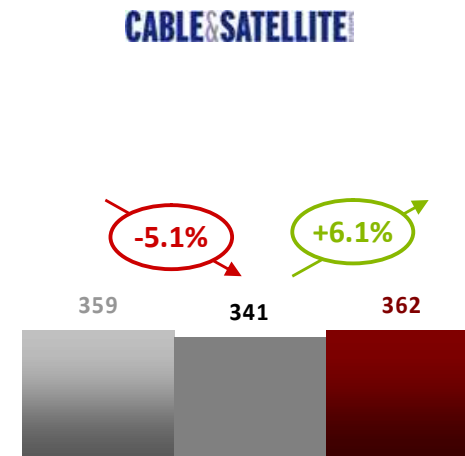
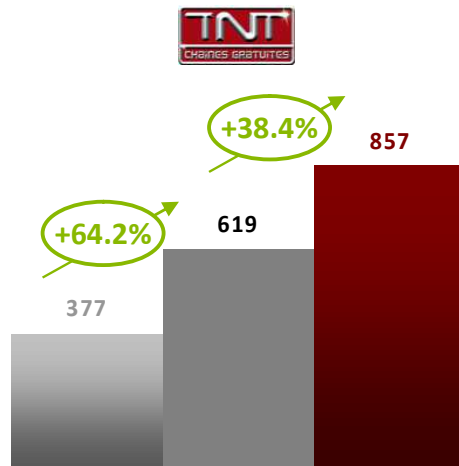


La TNT reste sur une dynamique solide, les chaînes payantes reviennent aux niveaux de 2008 en brut



Investissements publicitaires bruts par semestre par univers numérique (hors parrainage) en M€

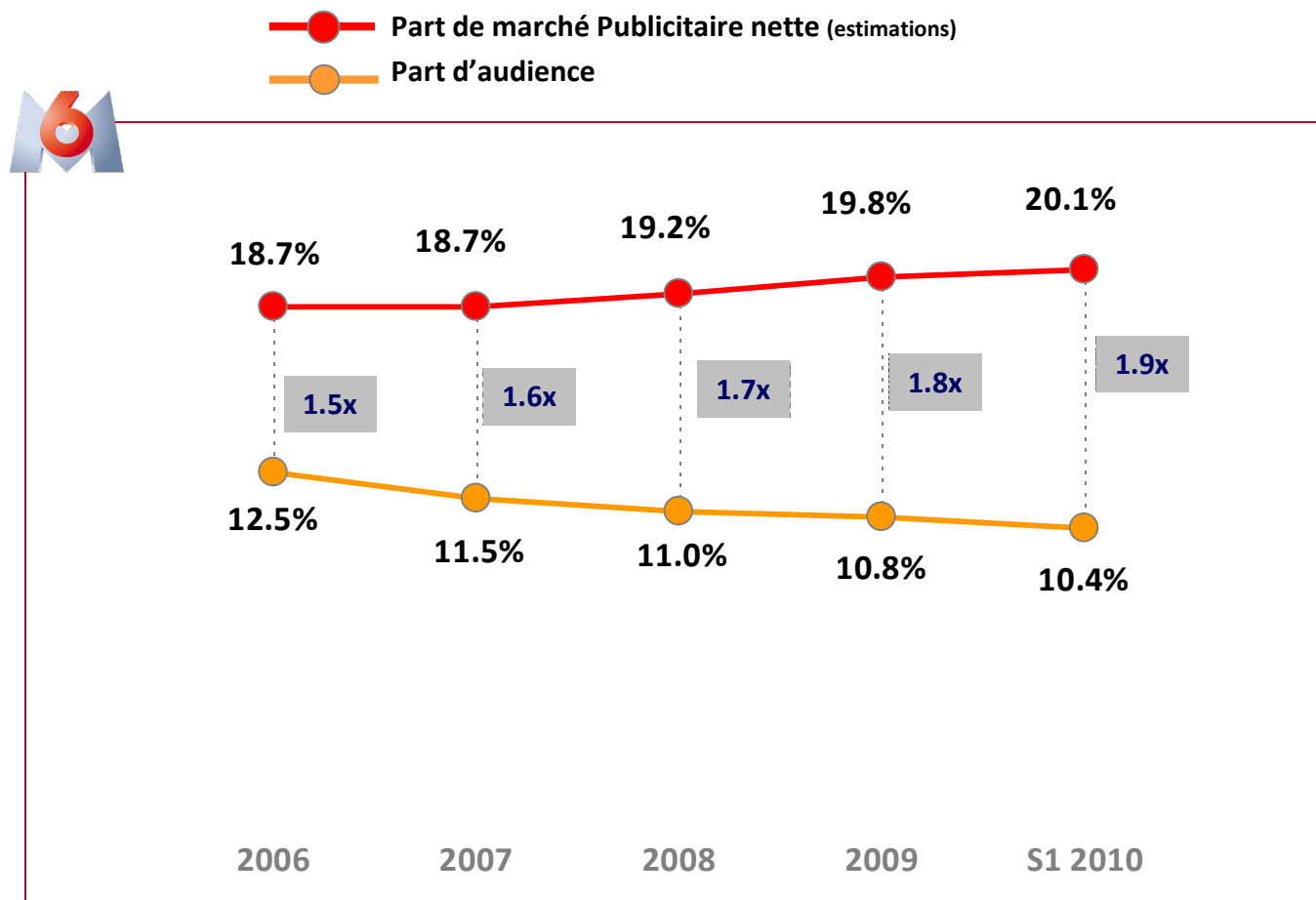
- 1^{er} semestre 2008
- 1^{er} semestre 2009
- 1^{er} semestre 2010



Un power ratio en croissance



Power ratio (PDM/PdA) pour M6 sur la cible des individus 4 ans et +
De 2006 au 1er semestre 2010

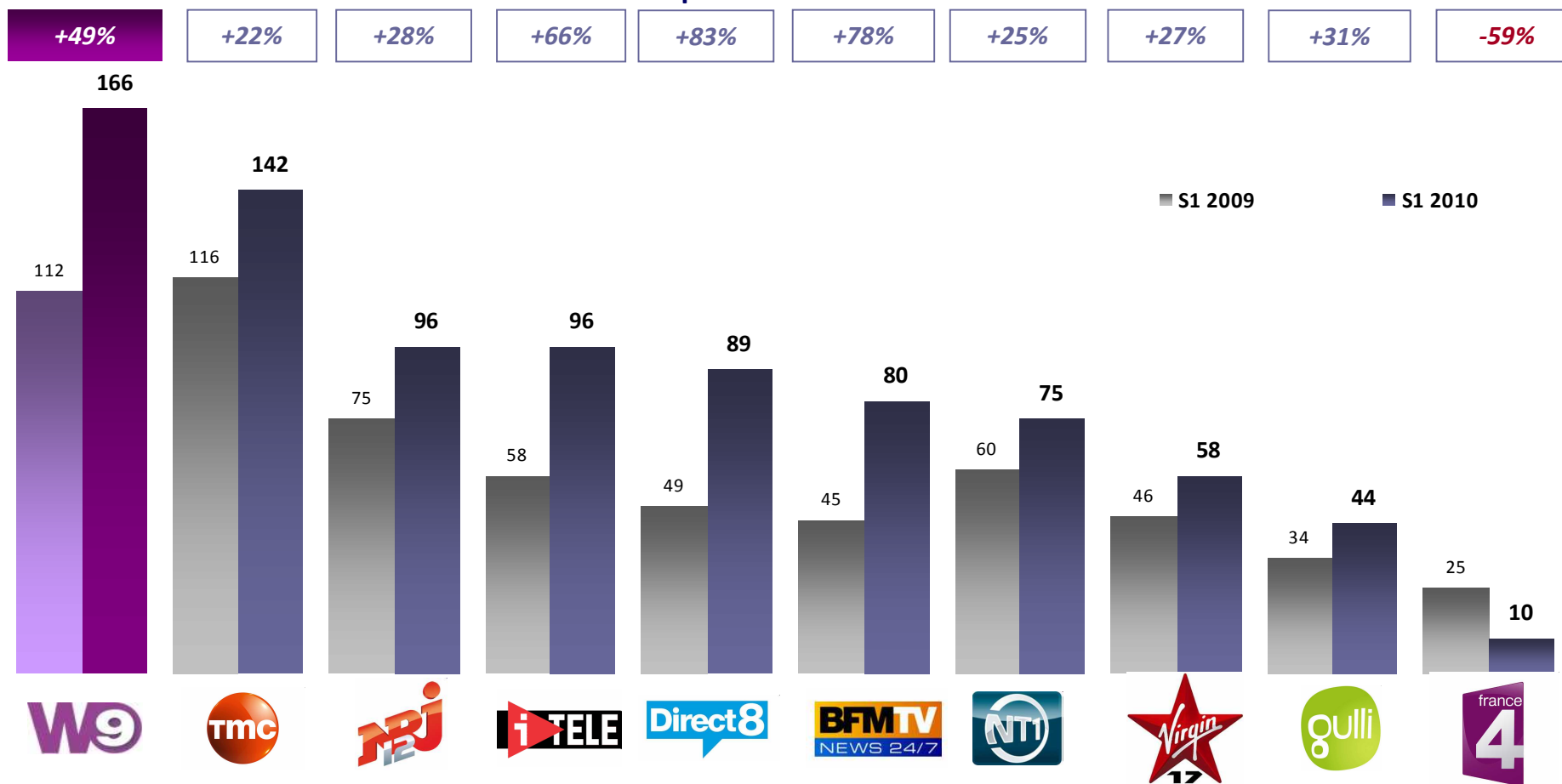


Dans l'environnement TNT, W9 est la chaîne la plus investie au 1er semestre 2010



Investissements publicitaires bruts en M€

par semestre



Investissements publicitaires bruts totaux sur les chaînes TNT

S1 2009 : 619 M€ brut

S1 2010 : 857 M€ brut (+38% vs S1 2009)



DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS



DROITS AUDIOVISUELS

Résultats	Chiffre d'affaires			EBITA
				
	54.0 M€ vs. 46.1 M€			2.7 M€
	+17.1%			+2.7 M€

Éléments clés	<u>S1 : une forte performance principalement grâce au succès des ventes de vidéos</u>		<u>T3 : Sortie en salle le 7 juillet</u>
	 <u>163 000 DVD</u> <u>+ 40 000 Blu-Ray</u> <u>vendus</u>	 <u>861 000 DVD</u> <u>+ 74 000 Blu-Ray</u> <u>vendus</u>	 <u>590 000 entrées le premier jour</u> <u>le meilleur démarrage de l'année</u> <u>2.8 M d'entrées depuis la sortie</u>



INTERACTIONS

Résultats	Chiffre d'affaires		EBITA	
		20.9 M€ vs. 16.8 M€ +24.8%	2.1 M€ +2.1 M€	
Éléments clés	Musique	Succès de nombreuses co-exploitations : <i>Ben l'Oncle soul</i> , <i>Justin Bieber</i> , <i>Miley Cyrus</i> , <i>Camélia Jordana</i> , <i>Stromae</i>		
	Collections	Lancement et poursuite de collections ciblées : <i>Bourvil</i> , <i>Betty Boop</i> , <i>Atelier des Schtroumpfs</i>		
	Licences	Plus de 200 000 nouvelles cartes Mozaic souscrites  		

VENTADIS : une forte amélioration des performances opérationnelles



VENTADIS

Résultats		Chiffre d'affaires	EBITA
	 	138.6 M€ vs. 126.9 M€	8.2 M€
	 	+9.2%	+4.0 M€
		Une marge opérationnelle (EBITA) de 5.9% , en hausse de +2.6 pts vs. S1 2009	
Éléments clés	Mistergooddeal	Une croissance soutenue de l'activité	
	Home Shopping	Amélioration des marges grâce à un effet mix produit et un taux de change favorables	
	Synergies	Poursuite de l'intégration et optimisation de la logistique	



Le premier acteur de la vente à distance à obtenir la certification AFAQ ISO 9001

Juin 2010 : Certification de la chaîne
logistique
(Relation Client et Logistique)

Interactivité : poursuite de la croissance rentable



INTERACTIVITÉ

Résultats



Chiffre d'affaires

48.4 M€ vs. 44.2 M€

+9.5%

EBITA

15.0 M€

+3.7M€

Une marge opérationnelle courante (EBITA) de **31.0%** en hausse de **+5.5 pts** vs. S1 2009

Éléments clés



Licence téléphonique mobile

Une base forte d'1.8 million de clients grâce à une offre de téléphonie étendue et diversifiée

L'opérateur alternatif leader pour les 15-25 ans



Tes amis facebook + Tes abonnés twitter

Un partenariat stratégique sur les jeux en ligne



Reprise publicitaire

Forte attractivité des sites et des portails : 11.9 millions VU



Bonnes performances de Habbo

Un réseau social dédié aux adolescents

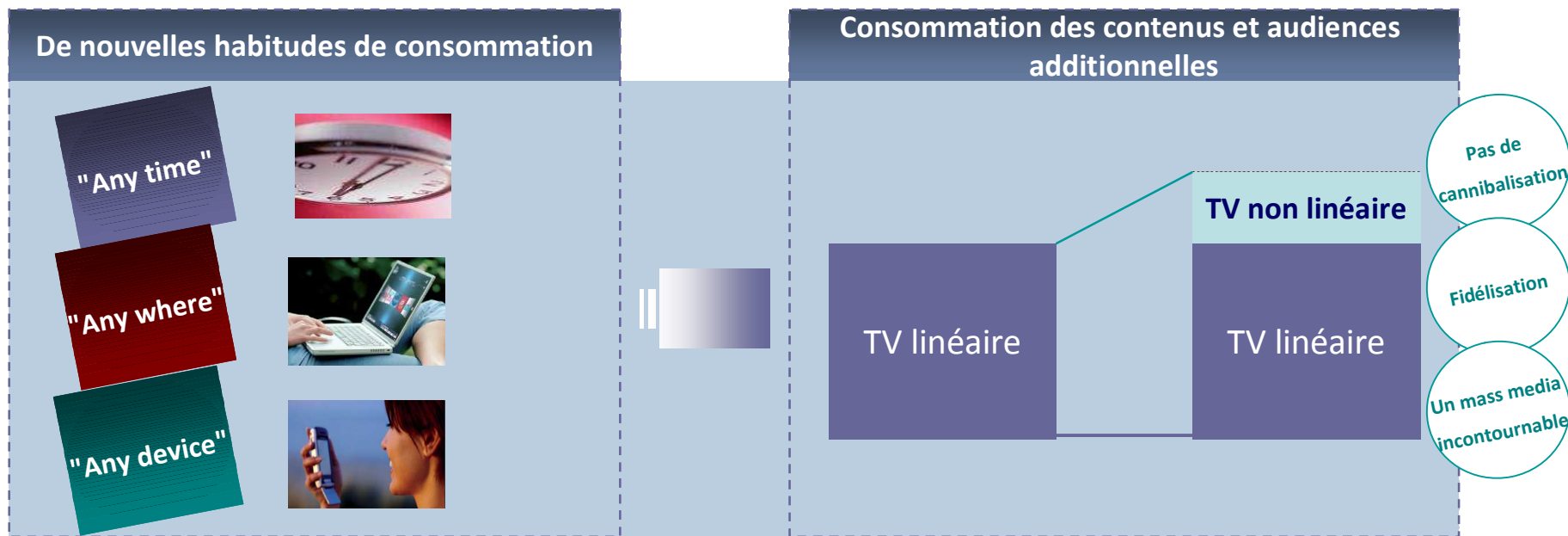


Source : Médiamétrie / NetRatings mai 2010

Catch-up TV : succès des offres, attractives pour les téléspectateurs et les annonceurs



GROUPE



Une disponibilité et un succès grandissants

W9 REPLAY

M6 BONUS

M6 VOD

130 millions vidéos vues au S1 (hors VoD)

SFR

orange

Bouygues télécom

numericable

free

Jun 2010 : arrivée de M6 Replay et W9 Replay sur la FreeboxTV et la Alicebox

SONY

F.C. GIRONDINS DE BORDEAUX

Résultats

Chiffre d'affaires

55.6 M€

Stable

EBITA

4.3 M€

-2.8 M€

Éléments clés

Ligue 1

6^{ème} du championnat pour la saison 2009/10 vs. 1^{er} en 2008/09

Ligue des Champions

Qualifié pour les ¼ de finale : (2 matches) Olympique Lyonnais ñ F.C.G.B



News

Jean Tigana a rejoint le club, remplaçant Laurent Blanc comme entraîneur (26 Mai)



Construction d'un nouveau stade
La France organisera l'Euro 2016





COMPTES

Situation Financière au 30 juin 2010

Bilan consolidé simplifié



(en M€)

	31 décembre 2009	30 juin 2010	Variation (M€)
Goodwill	74.3	74.9	0.6
Actif non courant	287.2	276.8	(10.4)
Actif courant	1 028.6	649.4	(379.2)
Trésorerie	85.6	255.7	170.1
TOTAL ACTIF	1 475.7	1 256.8	(218.9)
Capitaux propres part du groupe	820.8	612.4	(208.4)
Intérêts minoritaires	(0.1)	(0.2)	(0.1)
Passif non courant	16.3	9.8	(6.6)
Passif courant	638.7	634.9	(3.9)
TOTAL PASSIF	1 475.7	1 256.8	(218.9)

Tableau de financement consolidé simplifié

(en M€)	30 juin 2009	30 juin 2010	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	152.8	192.2	39.4
Variation de BFR d'exploitation	(31.3)	(12.0)	19.3
Impôt	(21.5)	(49.3)	(27.8)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	100.0	130.9	30.9
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(32.8)	(41.7)	(8.9)
Flux de trésorerie des activités de financement	(74.2)	(303.3)	(229.1)
Produit de cession Canal + France	-	384.2	384.2
Variation globale de trésorerie	(7.0)	170.0	
Trésorerie à l'ouverture	40.5	85.6	45.2
Trésorerie à la clôture	33.5	255.6	222.2
Trésorerie nette de clôture	(8.3)	256.1	264.4

Utilisation de la trésorerie : priorité à l'investissement



Une priorité

Investir

Un objectif

Poursuivre la croissance
rentable en renforçant le
modèle de développement
équilibré



ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé



En M€	30/06/2010	30/06/2009	variation 2010 / 2009	
			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	338.5	315.2	23.3	7.4%
Chiffre d'affaires - Autres activités	4.3	3.0	1.3	42.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	86.0	74.0	12.0	16.2%
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	81.7	70.5	11.2	15.8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	14.7	12.1	2.6	21.5%
Diversifications & Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	317.5	289.5	28.0	9.7%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	32.3	22.6	9.7	42.9%
Autre chiffre d'affaires	0.2	0.1	0.0	36.0%
Eliminations et résultats non affectés	(0.5)	(1.3)	0.7	-58.4%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	742.1	678.3	63.8	9.4%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	132.5	107.5	25.0	23.3%
Amortissement et perte de valeur des actifs incorporels liés aux acquisitions (dont Goodwill)	(0.7)	(0.7)	-	
Résultat de cession de filiales et participations	-	(0.0)	0.0	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	131.8	106.8	25.0	23.4%
Résultat financier	0.4	0.1	0.3	
Variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France	-	10.5	(10.5)	
Part dans les sociétés mises en équivalence	0.6	(0.4)	1.0	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	132.8	116.9	15.9	13.6%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(48.5)	(36.9)	(11.5)	
Résultat de la période des activités poursuivies	84.3	80.0	4.3	5.4%
Résultat de la période des activités abandonnées	-	-	-	
Résultat de la période	84.3	80.0	4.3	5.4%
Attribuable aux intérêts minoritaires	0.1	0.1	0.0	
Résultat de la période attribuable au Groupe	84.4	80.1	4.4	5.5%



Détail des contributions du segment – Antenne M6

	30/06/2010			30/06/2009			variation 2010/2009		
	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)
<i>En M€</i>									
Chaîne M6*	381.2	339.3	86.2	353.7	315.9	73.8	27.5	23.5	12.4
Filiales de production audiovisuelle et cinématographique	59.7	3.5	(0.2)	54.5	2.3	0.2	5.1	1.2	(0.4)
Eliminations intra-segment	(79.1)	-	-	(73.1)	-	-	(6.0)	-	-
Total Antenne M6	361.8	342.8	86.0	335.2	318.2	74.0	26.7	24.6	12.0
<i>*y.c. M6 publicité (Régie)</i>									

Présentation analytique des contributions du segment – Antenne M6



<i>En M€</i>	30/06/2010	30/06/2009	Variation 2010 / 2009	
			En M€	En %
Recettes nettes diffuseurs	272.4	254.2	18.2	7.2%
Coût de la grille	(156.3)	(148.4)	(7.9)	5.3%
Marge Brute de la grille	116.1	105.8	10.4	9.8%
En %	42.6%	41.6%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(35.1)	(36.6)	1.5	-4.1%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	5.1	4.6	0.5	11.3%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	(0.2)	0.2	(0.4)	-196.1%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	86.0	74.0	12.0	16.2%

Recettes nettes diffuseurs = chiffre d'affaires net facturé – taxes – coûts de diffusion – charges de la régie publicitaire (quote-part)

Détail des contributions des segments – Chaînes numériques, Diversifications et Droits Audiovisuels

	30/06/2010			30/06/2009			variation 2010/2009		
<i>En M€</i>	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 Chaînes Numériques	83.0	81.7	14.7	71.2	70.5	12.1	11.8	11.2	2.6

	30/06/2010			30/06/2009			variation 2010/2009		
<i>En M€</i>	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	65.0	54.0	2.7	55.4	46.1	(0.0)	9.7	7.9	2.7
Pôle Interactions	23.6	20.9	2.1	19.0	16.8	0.1	4.6	4.2	2.1
Pôle Ventadis	142.9	138.6	8.2	131.0	126.9	4.3	11.9	11.7	4.0
Pôle Interactivité	51.8	48.4	15.0	50.5	44.2	11.3	1.3	4.2	3.7
FCGB	56.0	55.6	4.3	56.2	55.5	7.0	(0.2)	0.1	(2.8)
Eliminations intra-segment	(9.0)	-	-	(7.8)	-	-	(1.2)	-	-
Total Diversifications & Droits Audiovisuels	330.2	317.5	32.3	304.2	289.5	22.6	26.1	28.0	9.7



GROUPE

QUESTIONS & RÉPONSES
