

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2014

29 juillet 2014



GROUPE

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 (rapport financier semestriel).

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2014

GROUPE M6



CHIFFRES CLÉS

TÉLÉVISION

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

DIVERSIFICATIONS

COMPTES

ANNEXES

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRES CLÉS

Chiffre d'affaires stable

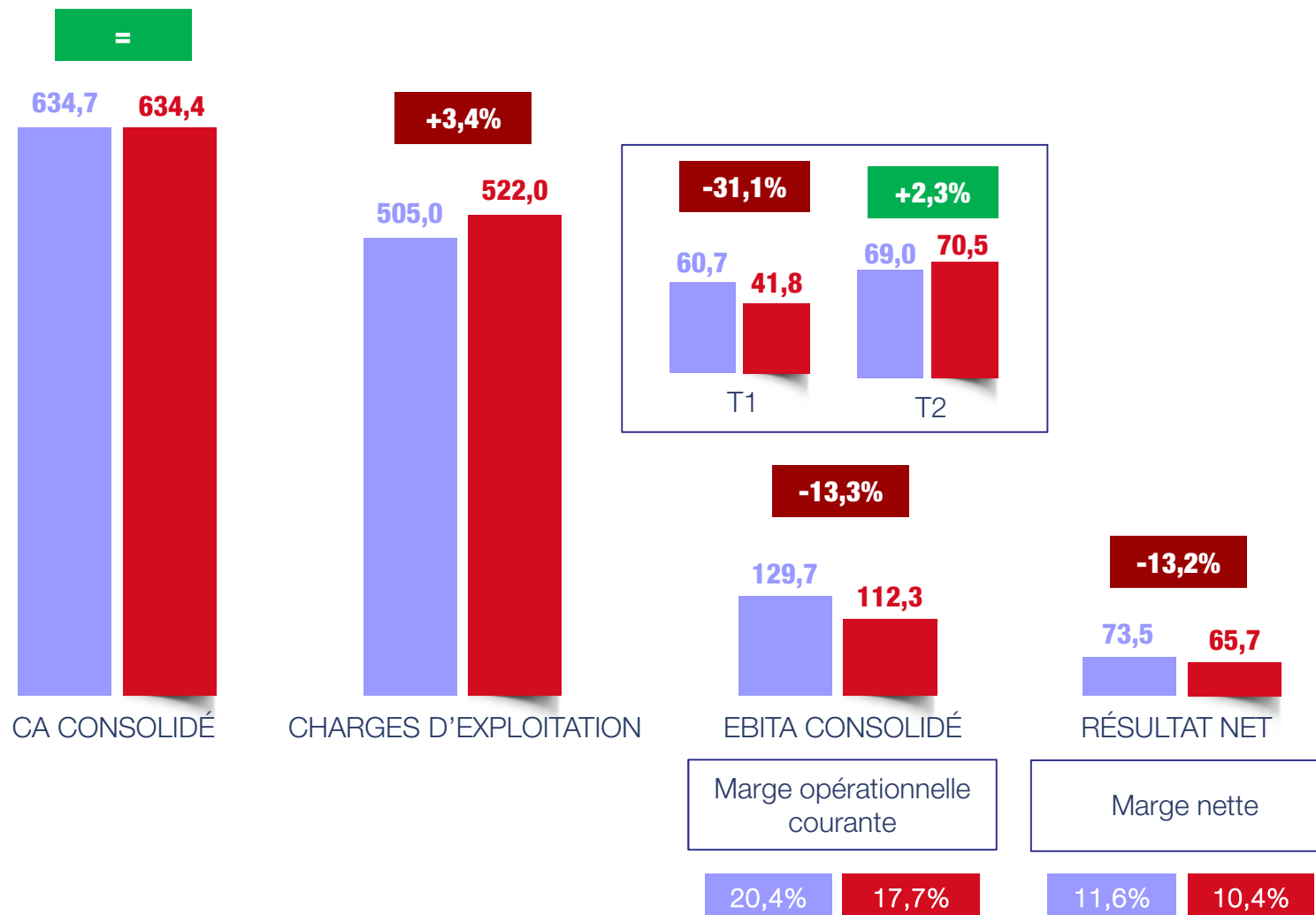
EBITA en progression au T2 après un T1 en repli



Chiffres clés (M€)

S1 2013

S1 2014



CHIFFRES CLÉS

Faits marquants du S1 2014



-
- Stabilité du Chiffre d'affaires consolidé
 - Recul des recettes publicitaires
 - Contrôle des coûts
 - Désengagement de Mistergooddeal / Investissement dans Best of TV

CHIFFRES CLÉS

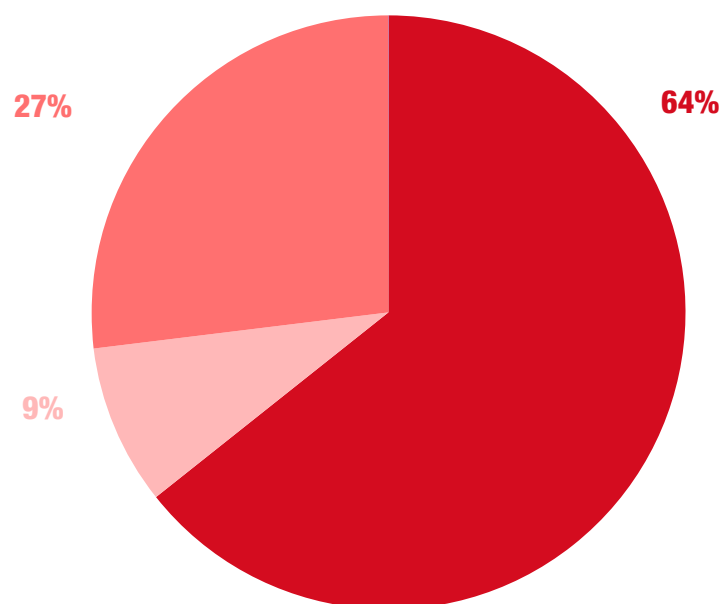
Répartition du Chiffre d'affaires et de l'EBITA par segment



TV

Production & Droits audiovisuels

Diversifications

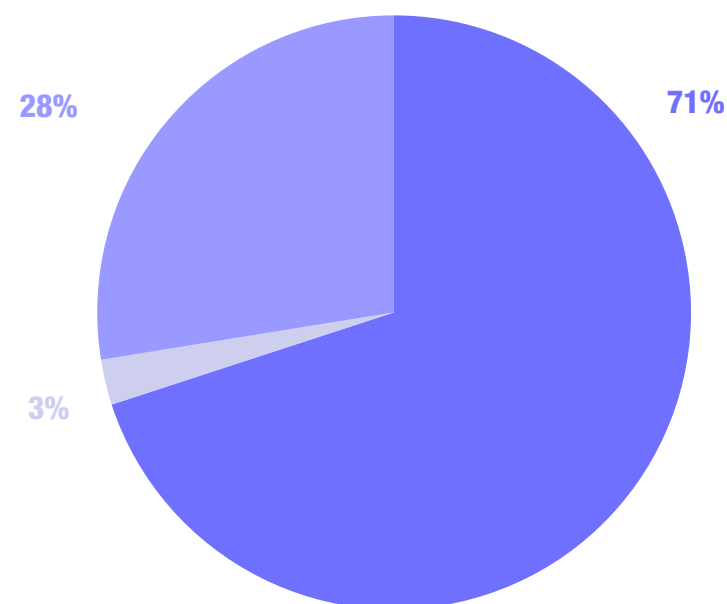


CA CONSOLIDÉ

TV

Production & Droits audiovisuels

Diversifications



EBITA CONSOLIDÉ

CHIFFRES CLÉS

Recul limité de l'EBITA grâce à une bonne maîtrise des coûts



S1 2013

129,7



EBITA



-15,8

CA publicitaire



-2,3

Coût de grille
chaînes gratuites

+2,1

Autres coûts
TV



-3,0

Production & Droits
audiovisuels

+3,3

Diversifications



-1,7

Autres

S1 2014

112,3



EBITA

TÉLÉVISION

Audiences

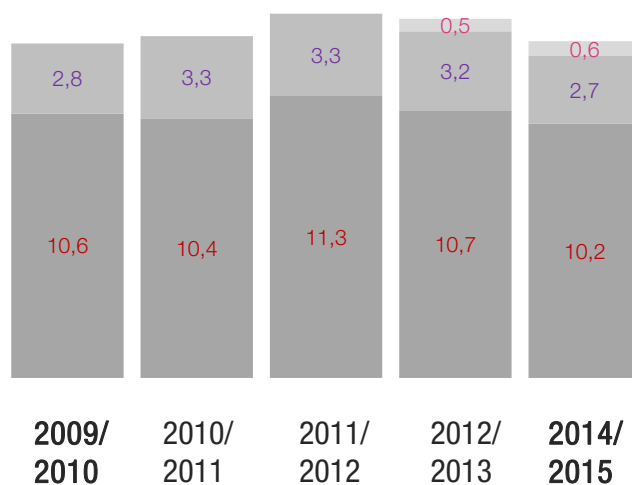
TÉLÉVISION - Audiences

Pression sur les audiences des chaînes gratuites du Groupe dans un paysage audiovisuel toujours plus fragmenté

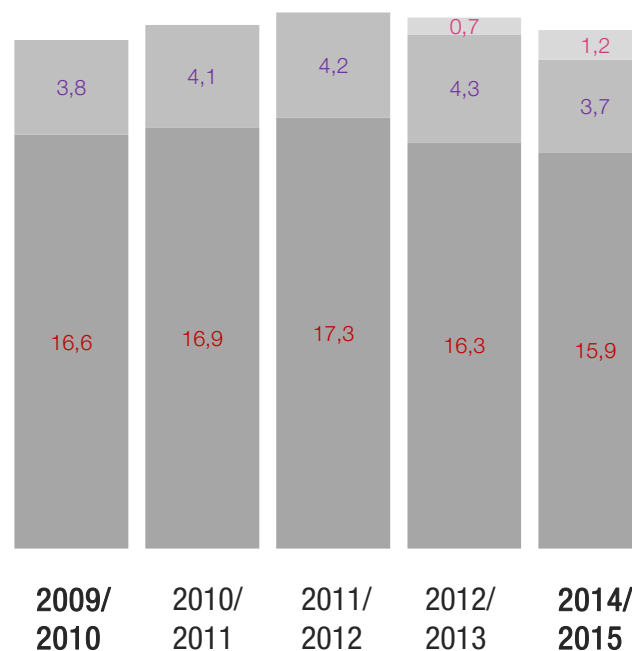
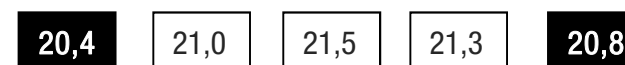


SAISONS 2013-2014 / 2009-2010

Part d'audience 4+ (%)



Part d'audience M-50 (%)

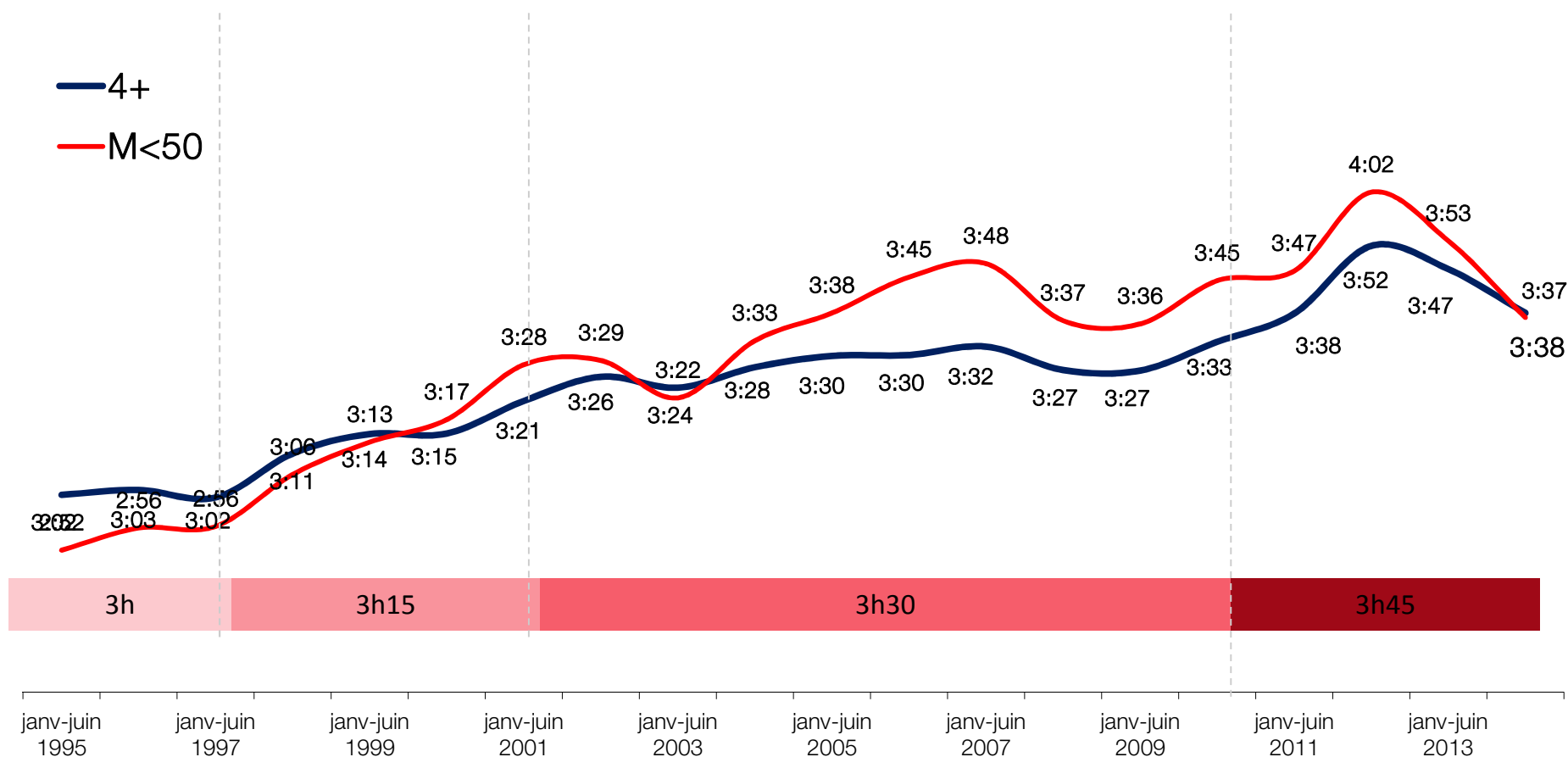


TÉLÉVISION - Audiences

La durée d'écoute 2014 est en baisse mais retrouve le niveau de 2011 en 4+



Evolution de la DEI (durée d'écoute par individu) au 1^{er} semestre de chaque année depuis 1995

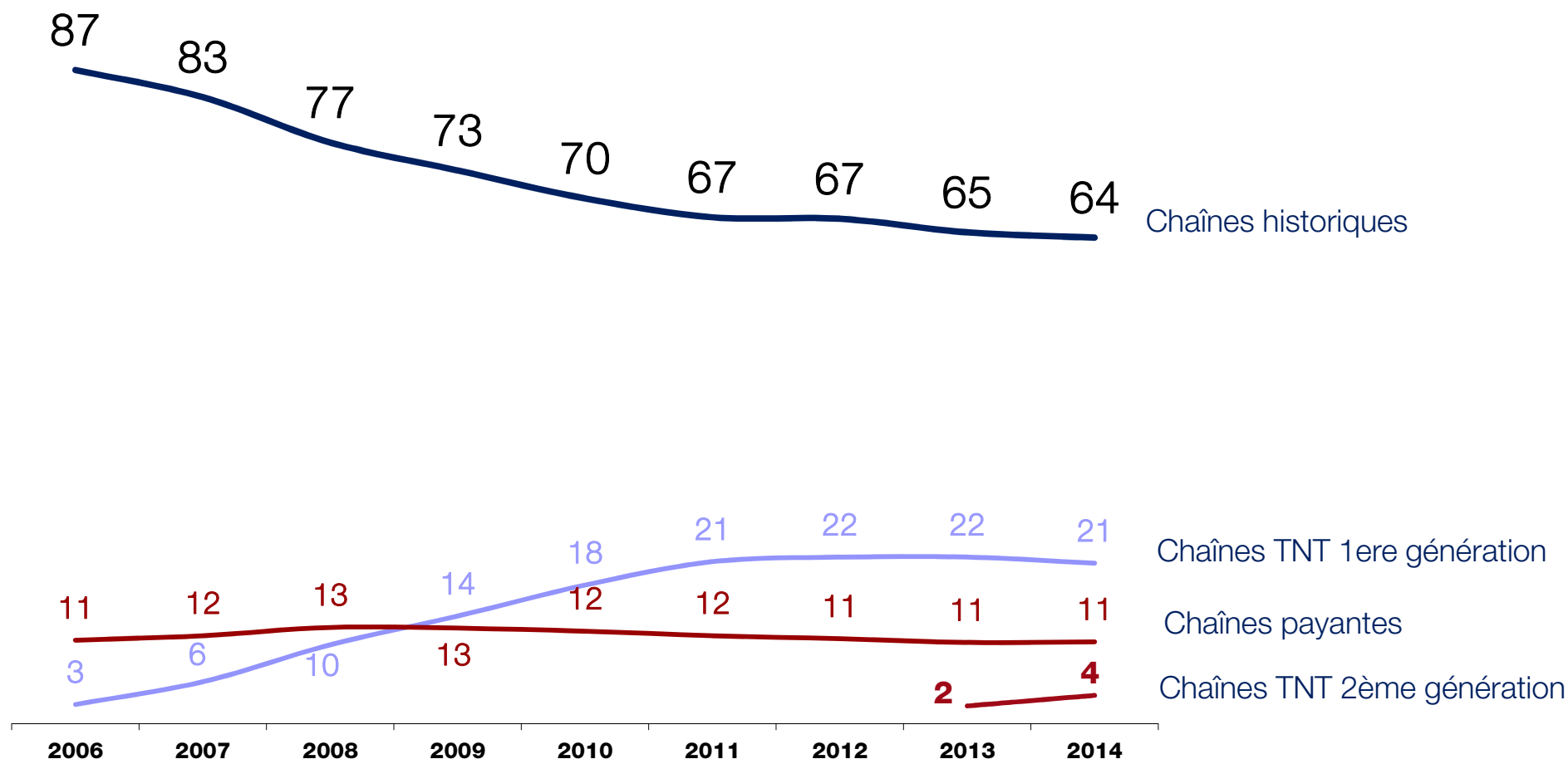


TÉLÉVISION - Audiences

Depuis 2013, toutes les chaînes reculent, au profit des chaînes TNT de 2^{ème} génération



Evolution annuelle en part d'audience 4+ (%)
des grands agrégats de chaînes



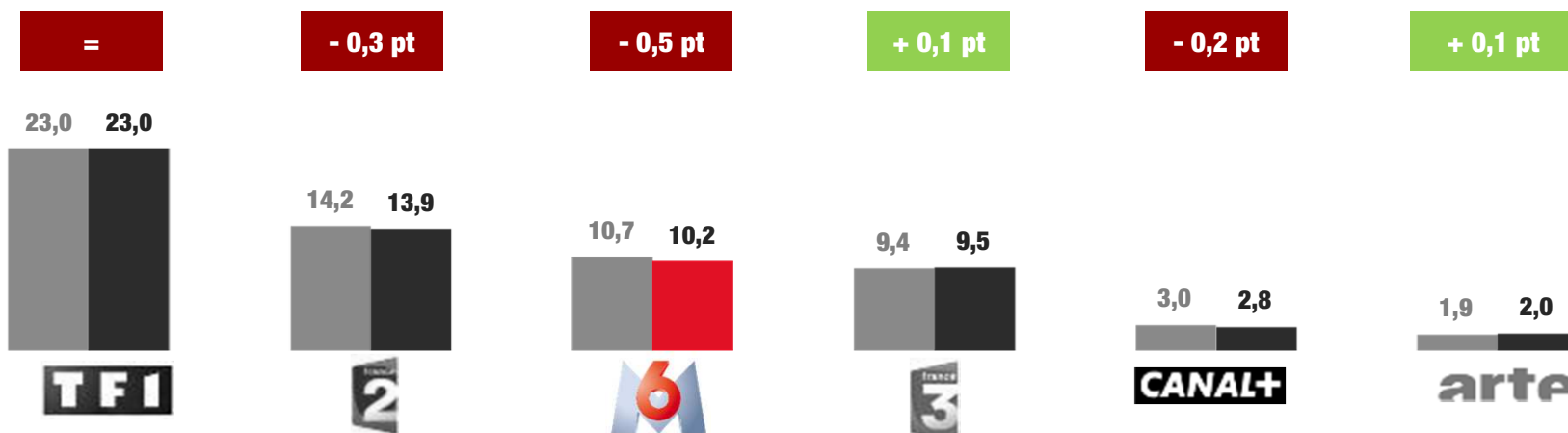
TÉLÉVISION - Audiences

Recul des chaînes historiques, surtout sur la cible commerciale
(impact des événements sportifs)

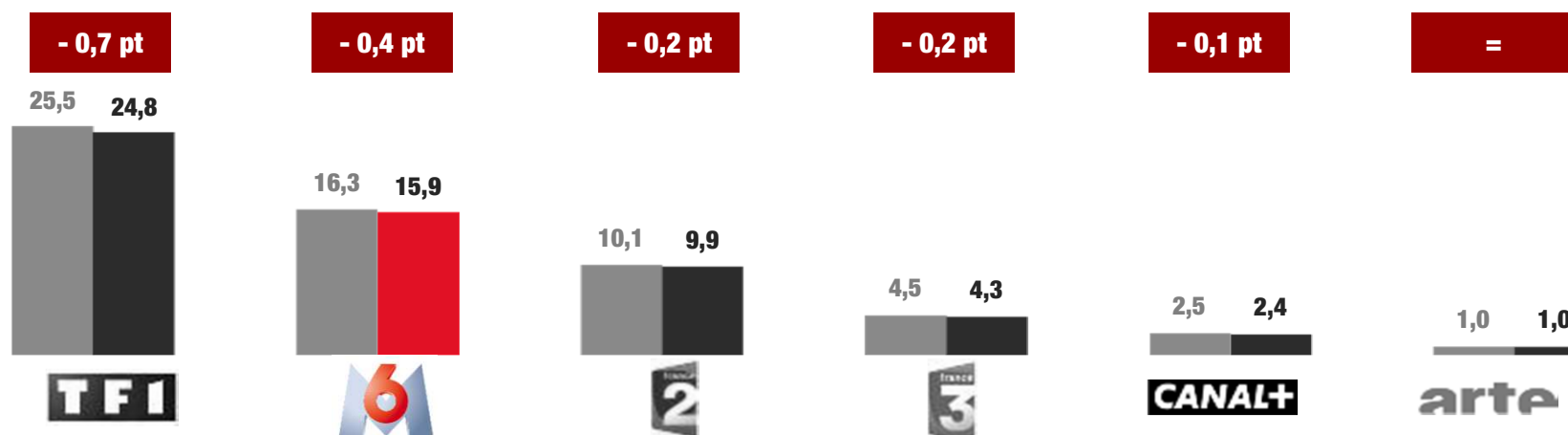


Part d'audience 4+ (%)

SAISON 2012-2013 SAISON 2013-2014



Part d'audience M-50 (%)



TÉLÉVISION - Audiences

Les événements de soirée et les magazines de la vie compensent la faiblesse de certains programmes de soirée sur M6



Bonnes performances des événements et des magazines de la vie



5,5 M°

M6 1^{ère} chaîne
en moyenne le lundi



3,8 M°

Progression à des niveaux record



3,7 M°

Progression à des niveaux record

Manque de puissance de certains programmes



2,4 M°



2,1 M°

TÉLÉVISION - Audiences

Avant-soirée : un changement progressif



Les éléments moteurs de
l'avant-soirée en 2014



4,0M°

Programme le plus regardé
à 20 heures par les M<50



3,2M°

2^{ème} journal télévisé le plus
puissant en semaine auprès
des M<50



0,9M°

+220 000 tisp en 1 an
(juin 2014 vs juin 2013)

Essoufflement des formats présents
à l'antenne depuis 2007-2008



1,4M°

-300 000 tisp par rapport au
1^{er} semestre 2013



1,2M°

-200 000 tisp par rapport
au 1^{er} semestre 2013

Arrêté le 18/04/2014

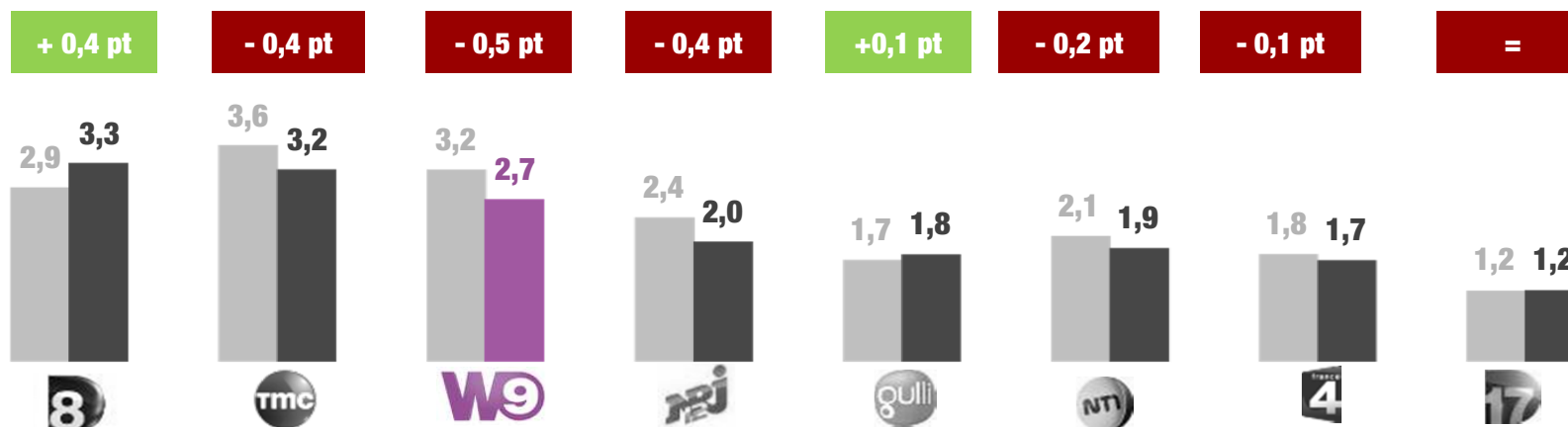
TÉLÉVISION – Audiences TNT

Saison 2013-2014 : W9 maintient son leadership TNT en soirée

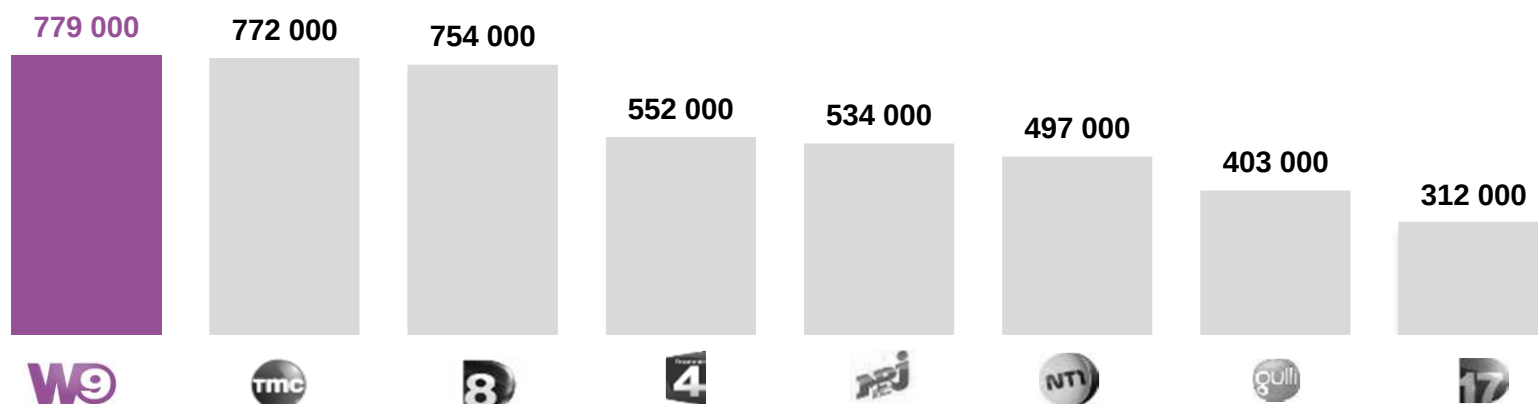


Part d'audience 4+ (%)

SAISON 2012-2013 SAISON 2013-2014



Audience en soirée (en millions de téléspectateurs)



TÉLÉVISION - Audiences

Bonne performance des programmes de référence de W9



Soirée



2,2M° de tisp pour le match LYON-TURIN

Meilleure audience historique de W9
Record pour un match de football en prime-time sur la TNT



0,8M°

Magazine le plus puissant de la TNT cette saison
W9 1^{ère} chaîne TNT 4+ le vendredi



RENAUD, LE ROUGE ET LE NOIR

1,4M°

Meilleur score dans la case depuis juin 2013

Avant-soirée



0,9M°

W9 1^{ère} chaîne TNT en 4+ et 1^{ère} chaîne nationale auprès des 15-24 ans

Saison record en 4+ pour une télé-réalité quotidienne sur W9



0,8M°

Meilleure saison des MARSEILLAIS

W9 1^{ère} chaîne nationale auprès des 15-24 ans



0,7M°

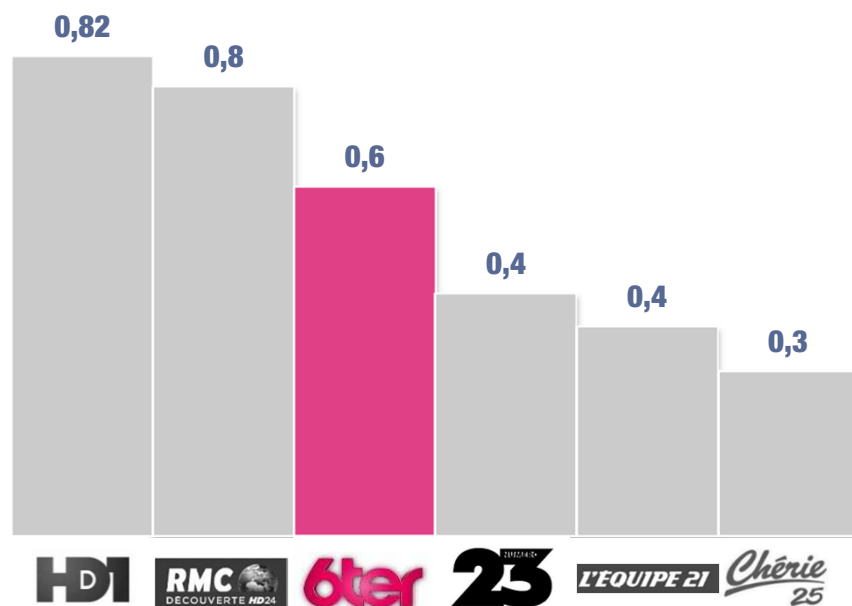
W9 1^{ère} chaîne nationale auprès des 15-24 ans

TÉLÉVISION – Audiences TNT

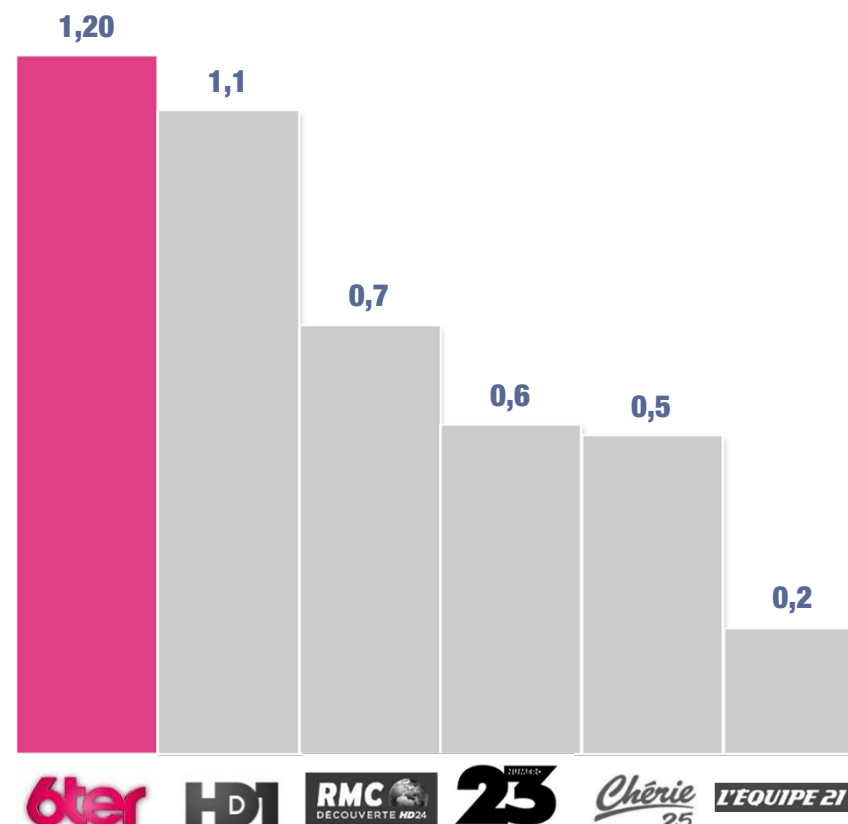
6ter leader auprès des M<50 sur la saison



Part d'audience 4+ (%)



Part d'audience M<50 (%)



TÉLÉVISION

Marché Publicitaire

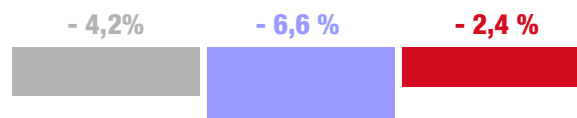
TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

Le 1^{er} semestre 2014 reste difficile malgré une base 2013 faible

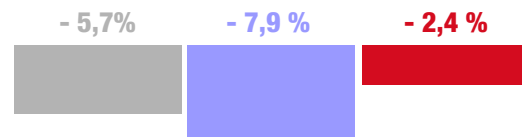


Estimation de l'évolution du marché publicitaire net par semestre
en %*

S1 2012
S1 2013
S1 2014



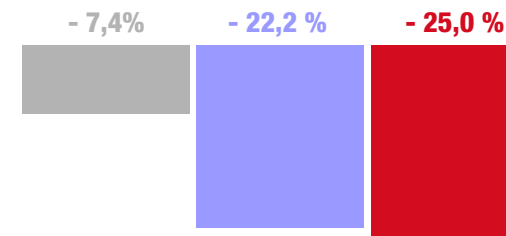
Chaînes historiques



Chaînes TNT



Chaînes cab-sat



TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire net du Groupe M6 baisse de -3,8% au 1^{er} semestre 2014



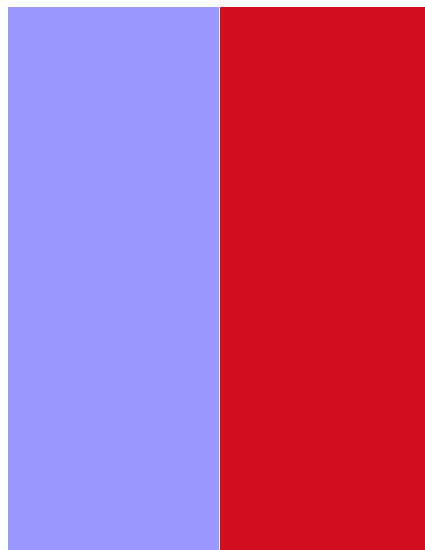
S1 2013
S1 2014

Chiffre d'Affaires
publicitaire net
du Groupe M6
En M€

- 3,8%

416,2

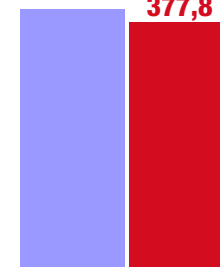
400,4



- 3,7%

392,4

377,8



Autres activités

Chaînes payantes



- 5,3%

23,8

22,5

Internet



TÉLÉVISION – Marché Publicitaire

Puissance TNT, l'innovation commerciale majeure sur le marché publicitaire en 2014, est l'offre leader de la TNT

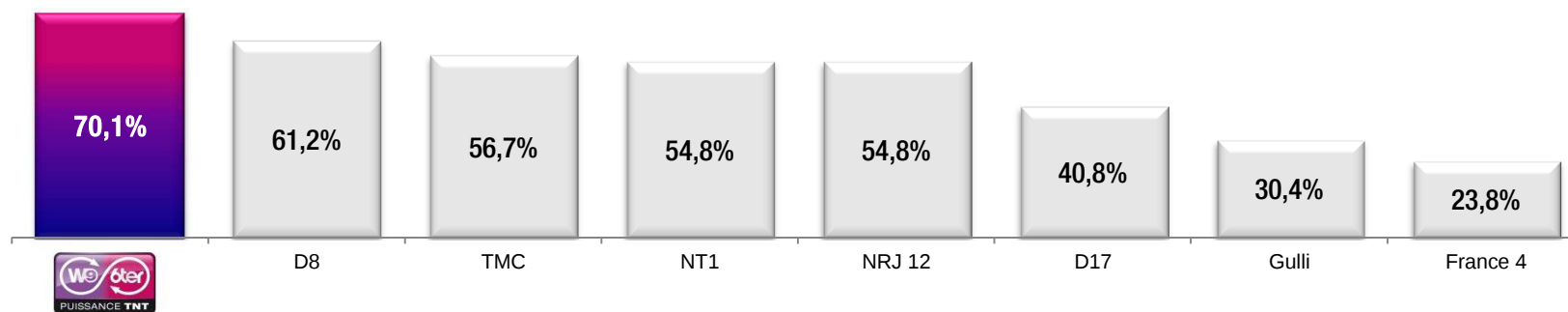


1 support publicitaire unique avec des écrans synchronisés à la seconde sur W9 et 6ter

- = Une plus grande simplicité dans l'achat media
- = L'offre publicitaire leader de la TNT
- = Plus de puissance instantanée et une couverture élargie des cibles publicitaires

En GRP moyen, PUISSANCE TNT génère les écrans les plus puissants de la TNT

Couverture des écrans publicitaires auprès des Ménagères < 50 ans
En % - du 06/01 au 30/06/2014



En couverture, PUISSANCE TNT est le support atteignant le niveau de couverture le plus élevé de la TNT

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

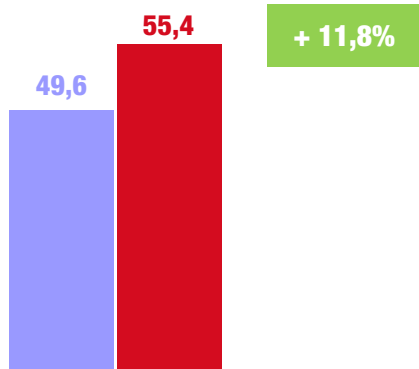
PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

Une saisonnalité différente par rapport au 1^{er} semestre 2013

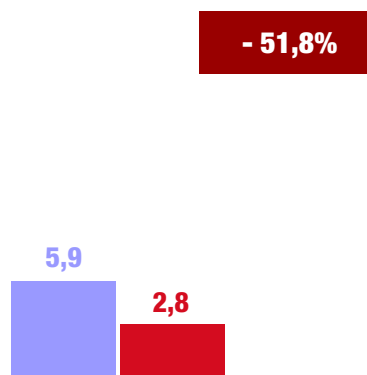


S1 2013
S1 2014

Chiffre d'affaires (en M€)



EBITA (en M€)



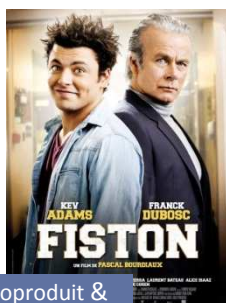
Marge

5,1 %

Éléments Clés

Cinéma

Un CA en hausse grâce à **plusieurs succès** en salle



coproduit & distribué

1,9 M d'entrées



coproduit & distribué

1,6 M d'entrées



distribué

1,5 M d'entrées



coproduit

1,2 M d'entrées

Vidéo

Un **effet de base** défavorable lié à la sortie en DVD de Twilight 5 au S1 2013 pèse sur la rentabilité du pôle



VOD : un CA en hausse de **+44%**



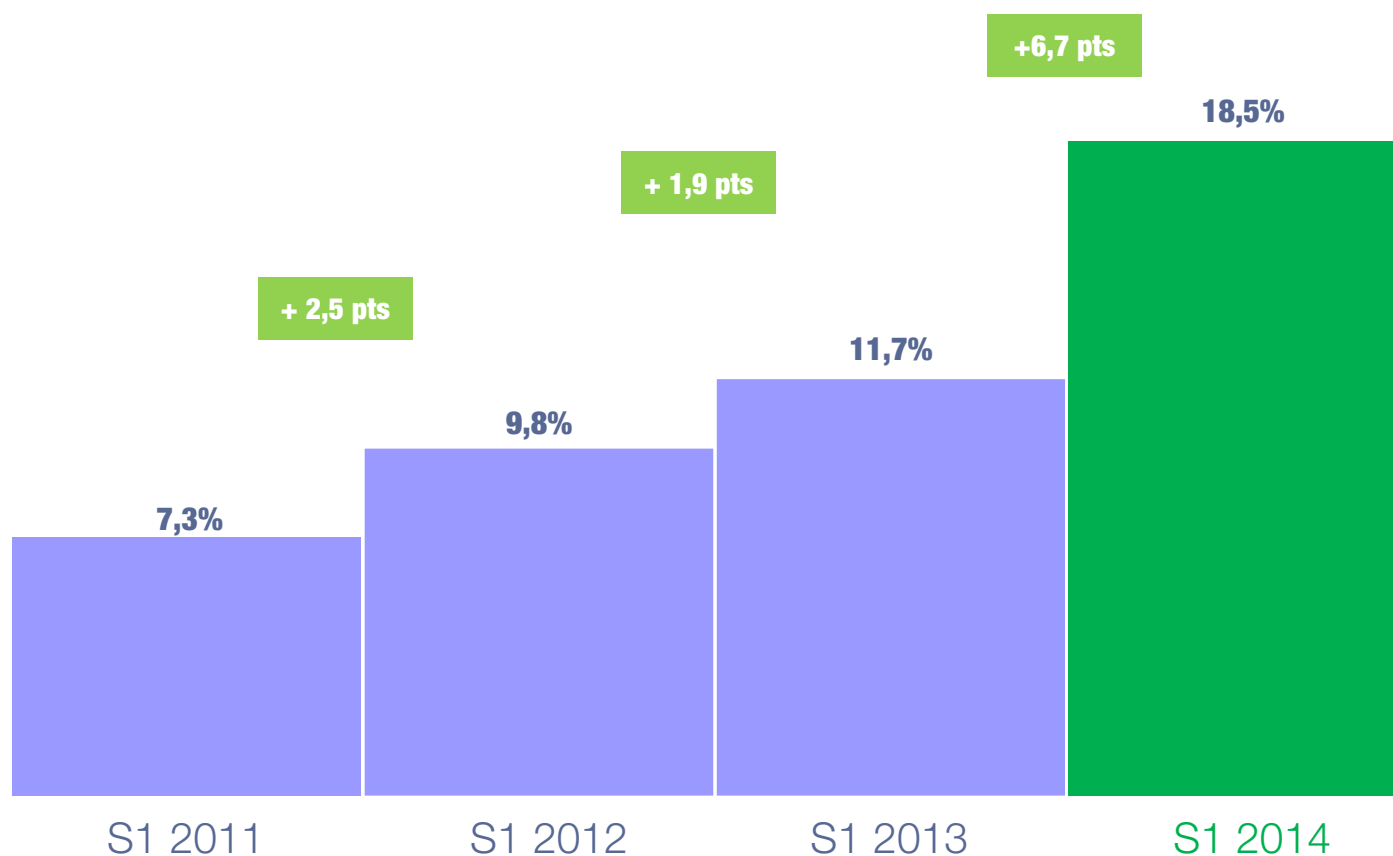
DIVERSIFICATIONS

DIVERSIFICATIONS

2011 - 2014 : Progression de la rentabilité des activités de diversifications



Evolution de la marge opérationnelle des activités de diversifications
(y compris Mistergooddeal jusqu'en 2013)



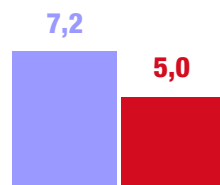
DIVERSIFICATIONS

M6 Interactions capitalise sur ses succès



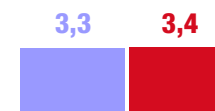
S1 2013
S1 2014

Chiffre d'affaires (en M€)



- 30,9%

EBITA (en M€)



+ 2,1%

Éléments Clés

Musique



240 000 exemplaires
vendus



90 000 exemplaires
vendus (sortie le 9 juin)

Spectacles



500 000 spectateurs



260 000 spectateurs

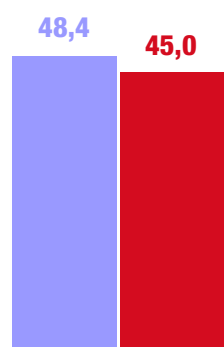
DIVERSIFICATIONS

M6 Web renforce sa rentabilité en poursuivant ses innovations



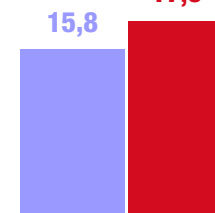
S1 2013
S1 2014

Chiffre d'affaires (en M€)



- 7,0%

EBITA (en M€)



+ 11,1%

Éléments Clés

M6 Mobile



2,8M de clients
à fin juin 2014

Nouveaux médias chaînes



292 M de vidéos vues
(contre 220 M au S1 2013)

1M de vidéos vues par mois pour
les 4 chaînes délinéarisées lancées en
avril



Lancement de la 1^{ère} émission
entièrement interactive

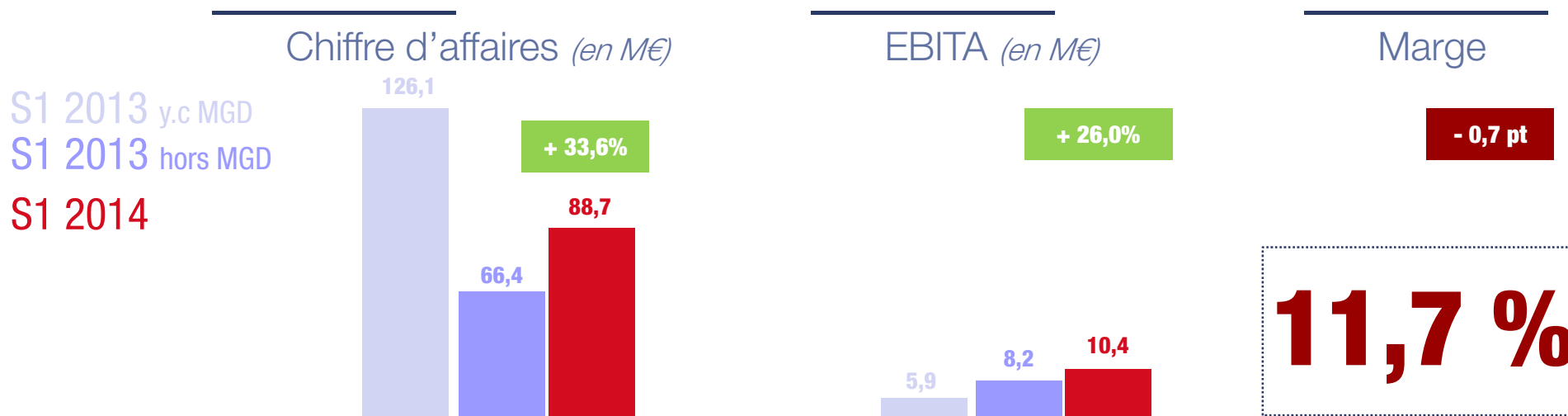
Diversifications



Développement de l'activité de
production de **brand content**
complétant l'offre publicitaire digitale
classique

DIVERSIFICATIONS

Ventadis bénéficie des bonnes performances du télé-achat et de l'acquisition de Best of TV



Éléments Clés

Un recentrage réussi du portefeuille d'activités



+5% de chiffre d'affaires

Grâce notamment à l'ouverture de nouveaux points de vente



Acquisition en janvier 2014

CA en hausse **+50%**

Fortes **synergies** d'achat avec l'activité de téléachat

- Une phase d'**investissement** pour



- Finalisation de la **cession** de



DIVERSIFICATIONS

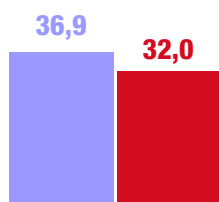
F.C.G.B : Maîtrise des charges salariales



S1 2013
S1 2014

Chiffre d'affaires (en M€)

- 13,1%



EBITA (en M€)



Éléments Clés



2012/2013

7ème

Participation aux
1/8e de finale

Victoire

2013/2014

7ème

Participation aux
phases de poules

Participation aux 1/16e
de finale

COMPTES

COMPTES

Etat du résultat global consolidé simplifié au 30 juin 2014



Etat du résultat global consolidé simplifié (en M€)

Groupe M6

	30 juin 2013	30 juin 2014	Variation S1 2014 / 2013 (M€)
Chiffre d'affaires	634,7	634,4	(0,2)
Autres produits opérationnels	5,7	4,0	(1,7)
Total des produits opérationnels	640,3	638,4	(1,9)
Consommations et autres charges opérationnelles	(307,4)	(330,6)	(23,2)
Charges de personnel (yc participation)	(122,8)	(117,3)	5,5
Impôts, taxes, versements assimilés	(30,3)	(28,6)	1,7
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(50,1)	(49,5)	0,6
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	129,7	112,3	(17,3)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,1)	(0,2)	(0,2)
Résultat Opérationnel [EBIT]	129,6	112,1	(17,5)
Résultat financier	3,9	1,8	(2,0)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(0,0)	0,0	0,1
Résultat courant avant impôt	133,5	114,0	(19,5)
Impôt sur le résultat	(57,7)	(48,3)	9,4
Résultat net des activités poursuivies	75,8	65,7	(10,1)
Profit ou perte après impôt des activités abandonnées / cédées	(2,3)	0,0	2,3
Résultat net de la période	73,5	65,7	(7,8)

COMPTES

Bilan simplifié au 30 juin 2014



Bilan consolidé simplifié

Groupe M6	30 juin 2013	31 décembre 2013	30 juin 2014	Variation S1 2014 / 2013 (M€)
Goodwill	45,2	63,4	71,9	8,5
Actif non courant	284,6	293,0	285,1	(7,9)
Actif courant	639,5	574,7	674,4	99,7
Trésorerie	193,9	285,4	176,2	(109,2)
Actifs liés aux activités en cours de cession	36,5	31,9	-	(31,9)
TOTAL ACTIF	1 199,7	1 248,4	1 207,5	(40,8)
Capitaux propres part du groupe	533,8	571,7	517,0	(54,7)
Intérêts non-contrôlants	0,2	0,3	(0,1)	(0,4)
Passif non courant	8,5	10,2	35,9	25,7
Passif courant	634,3	638,7	654,7	16,1
Passifs liés aux activités en cours de cession	22,9	27,5	-	(27,5)
TOTAL PASSIF	1 199,7	1 248,4	1 207,5	(40,9)

COMPTES

Tableau de flux de trésorerie au 30 juin 2014



	30/06/2013	30/06/2014	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	185,4	159,7	(25,7)
Variation de BFR d'exploitation	(14,4)	(58,5)	(44,1)
Impôt	(34,3)	(39,4)	(5,0)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	136,6	61,8	(74,8)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(32,4)	(63,9)	(31,5)
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(35,2)</i>	<i>(58,6)</i>	<i>(23,4)</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>2,7</i>	<i>(5,3)</i>	<i>(8,0)</i>
Flux de trésorerie des activités de financement	(232,5)	(107,1)	125,4
<i>Eléments récurrents</i>	<i>(104,8)</i>	<i>(107,1)</i>	<i>(2,4)</i>
<i>Eléments non récurrents</i>	<i>(127,7)</i>	<i>-</i>	<i>127,7</i>
Flux de trésorerie liés aux activités en cours de cession / cédées	(3,7)	-	3,7
Effet des écarts de conversion de trésorerie	-	-	-
Variation globale de trésorerie	(132,0)	(109,2)	
Reclassement de la trésorerie des activités en cours de cession / cédées	12,6	-	(12,6)
Trésorerie à l'ouverture	313,3	285,4	(27,9)
Trésorerie à la clôture	193,9	176,2	(17,7)
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	<i>195,2</i>	<i>174,7</i>	<i>(20,5)</i>

ANNEXES

ANNEXES

Compte de résultat analytique consolidé Groupe M6



En M€	30/06/2014	30/06/2013	Variation 2014/2013	
			En M€	En %
TV				
Chiffre d'affaires - Publicité TV Gratuite	377,8	392,4	(14,5)	-3,7%
Chiffre d'affaires - Autres TV	30,3	33,6	(3,4)	-10,0%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	80,1	96,0	(16,0)	-16,6%
Production et Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	55,4	49,6	5,8	11,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	2,8	5,9	(3,0)	-51,8%
Diversifications				
Chiffre d'affaires	170,7	158,9	11,8	7,4%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	31,5	28,2	3,3	11,8%
Autre chiffre d'affaires	0,2	0,2	0,0	0,5%
Eliminations et résultats non affectés	(2,1)	(0,4)	(1,6)	396,9%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	634,4	634,7	(0,2)	0,0%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	112,3	129,7	(17,3)	-13,4%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,2)	(0,1)	(0,2)	212,7%
Résultat de cession de filiales et participations				
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	112,1	129,6	(17,5)	-13,5%
Résultat financier	1,8	3,9	(2,0)	-52,7%
Part dans les sociétés mises en équivalence	0,0	(0,0)	0,1	-334,6%
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	114,0	133,5	(19,5)	-14,6%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(48,3)	(57,7)	9,4	-16,2%
Résultat net des activités poursuivies	65,7	75,8	(10,1)	-13,3%
Résultat net des activités abandonnées	0,0	(2,3)	2,3	
Résultat net	65,7	73,5	(7,8)	-10,6%
dont Résultat attribuable à des intérêts non contrôlants	(0,1)	0,0	(0,1)	(2,9)
Résultat net part du Groupe	65,8	73,5	(7,7)	-10,5%

ANNEXES

Détail des contributions des segments



Télévision

En M€	30/06/2014			30/06/2013			Variation 2014/2013		
	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	417,8	408,1	80,1	436,1	426,0	96,0	(18,3)	(17,9)	(16,0)

Production et droits audiovisuels

En M€	30/06/2014			30/06/2013			Variation 2014/2013		
	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	62,4	55,4	2,8	53,8	49,6	5,9	8,7	5,8	(3,0)

Diversifications

En M€	30/06/2014			30/06/2013			Variation 2014/2013		
	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	6,6	5,0	3,4	8,8	7,2	3,3	(2,1)	(2,2)	0,1
Pôle Ventadis	90,8	88,7	10,4	66,5	66,4	8,2	24,3	22,3	2,1
M6 Web & Filiales	46,3	45,0	17,5	49,4	48,4	15,8	(3,1)	(3,4)	1,8
FCGB	32,2	32,0	0,2	37,1	36,9	0,9	(4,9)	(4,8)	(0,6)
Eliminations intra-segment	(4,0)			(1,8)			(2,2)	-	-
Total Diversifications	171,9	170,7	31,5	160,1	158,9	28,2	11,9	11,8	3,3

ANNEXES

Présentation analytique des contributions des segments Télévision gratuite



En M€	30/06/2014	30/06/2013	Variation 2014/2013	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	377,8	392,4	(14,5)	-3,7%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	5,8	6,3	(0,4)	-6,8%
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(75,1)	(72,3)	(2,8)	3,9%
Recettes nettes diffuseurs	308,6	326,4	(17,8)	-5,5%
Coût de la grille	(205,3)	(203,0)	(2,3)	1,1%
Marge Brute de la grille	103,3	123,4	(20,1)	-16,3%
En %	33,5%	37,8%		

QUESTIONS & RÉPONSES