



GROUPE

Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2015

28 juillet 2015



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 (document de référence intégrant le rapport financier semestriel).**

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2015

GROUPE M6



- **1. CHIFFRES CLES**
- **2. TÉLÉVISION**
- **3. PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS**
- **4. DIVERSIFICATIONS**
- **5. COMPTES**
- **6. ANNEXES**



CHIFFRES CLES

■ 1. CHIFFRES CLES

■ Faits marquants du 1^{er} semestre 2015

Solidité des fondamentaux du Groupe M6



Télévision

Processus de fragmentation du marché TV toujours en cours

- Stabilité des audiences du Groupe
- Progression du Chiffre d'affaires publicitaire



Production & Droits audiovisuels

Saisonnalité des activités

- Succès des principales sorties
- Progression du résultat opérationnel



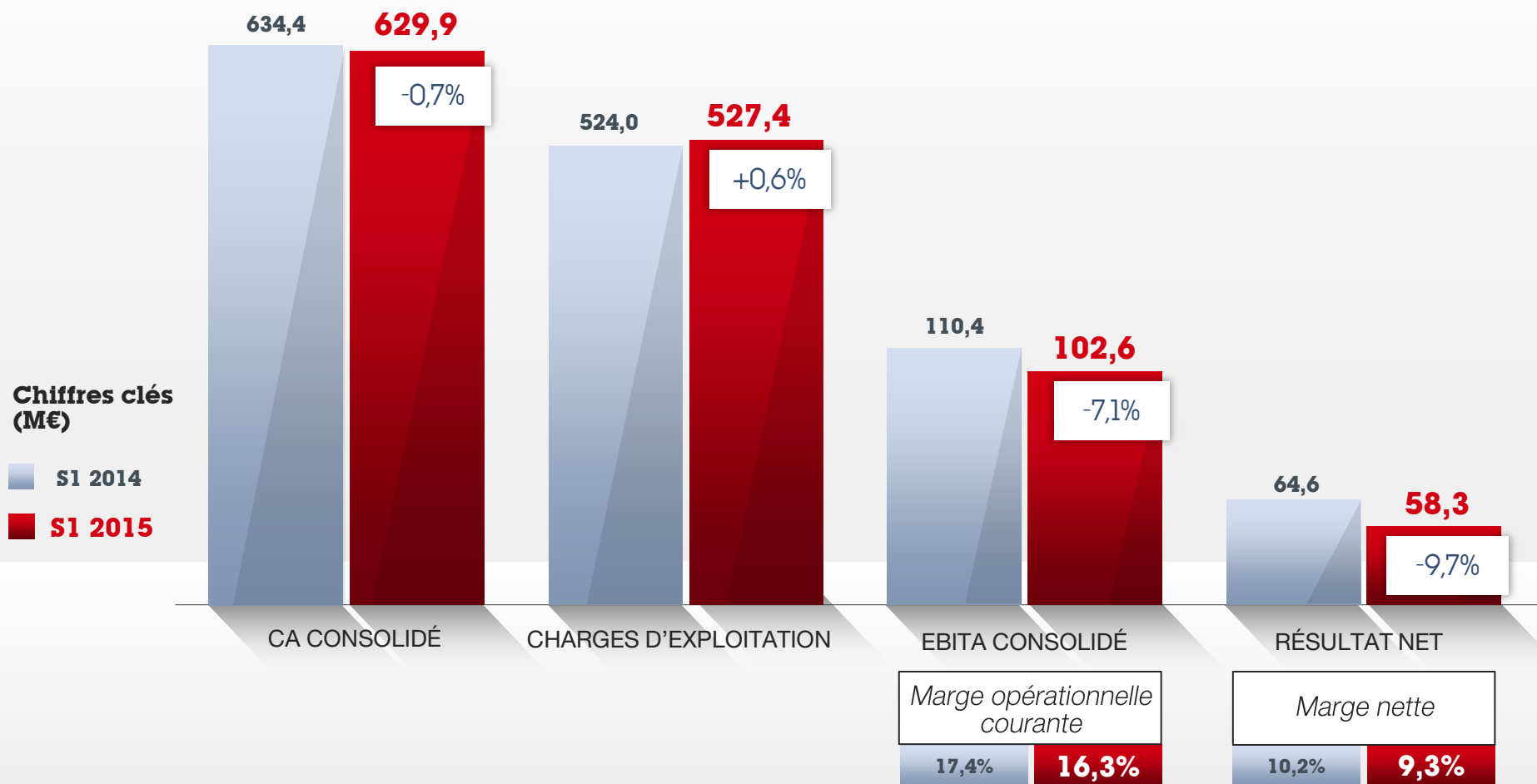
Diversifications

Consommation des ménages atone

- Renforcement des activités (Oxygem , ...)
- Marge opérationnelle* équivalente à celle de la Télévision

1. CHIFFRES CLÉS

■ Solidité des fondamentaux du Groupe M6

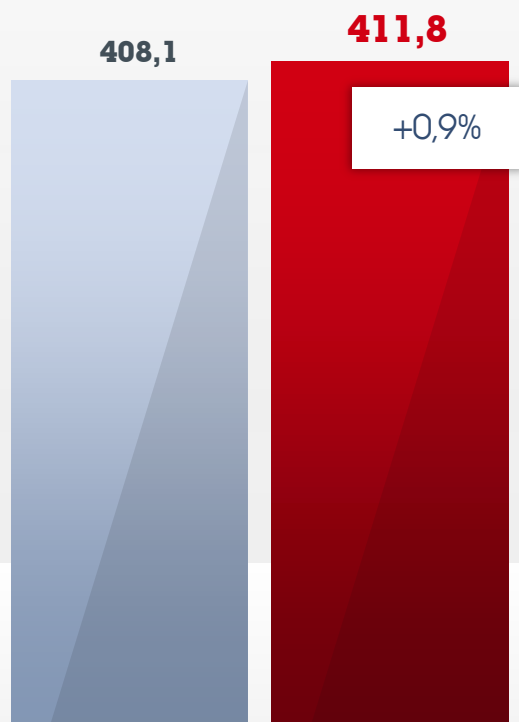


■ 1. CHIFFRES CLÉS

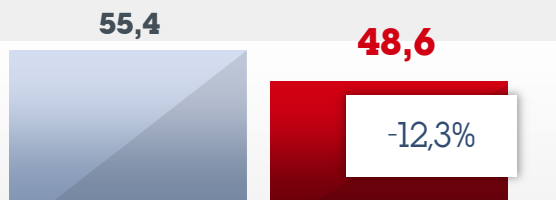
- Un Chiffre d'Affaires consolidé de 629,9 M€, en légère baisse de -0,7%



Télévision (en M€)



Production & Droits Audiovisuels (en M€)



Diversifications (en M€)



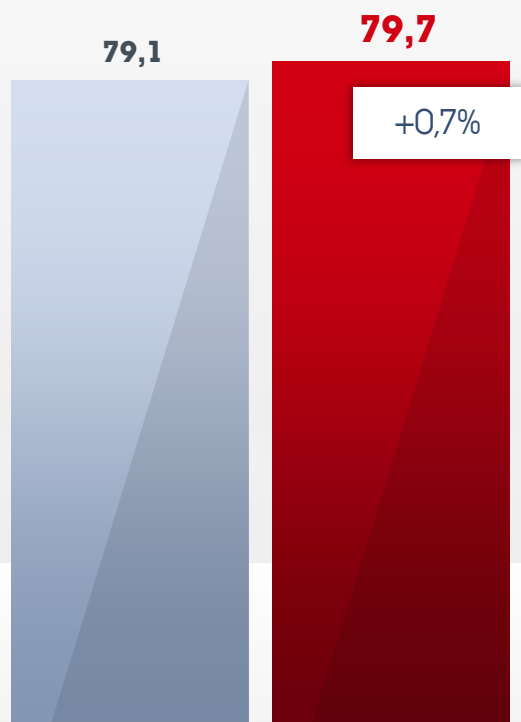
■ S1 2014 ■ S1 2015

1. CHIFFRES CLÉS

- Un EBITA de 102,6 M€, en recul de -7,9 M€



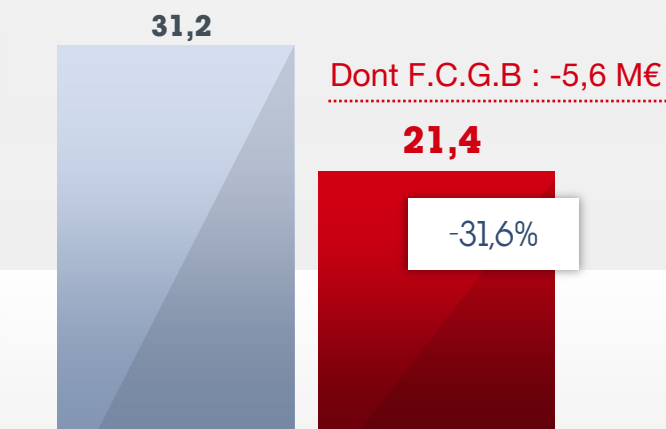
Télévision (en M€)



Production & Droits Audiovisuels (en M€)



Diversifications (en M€)



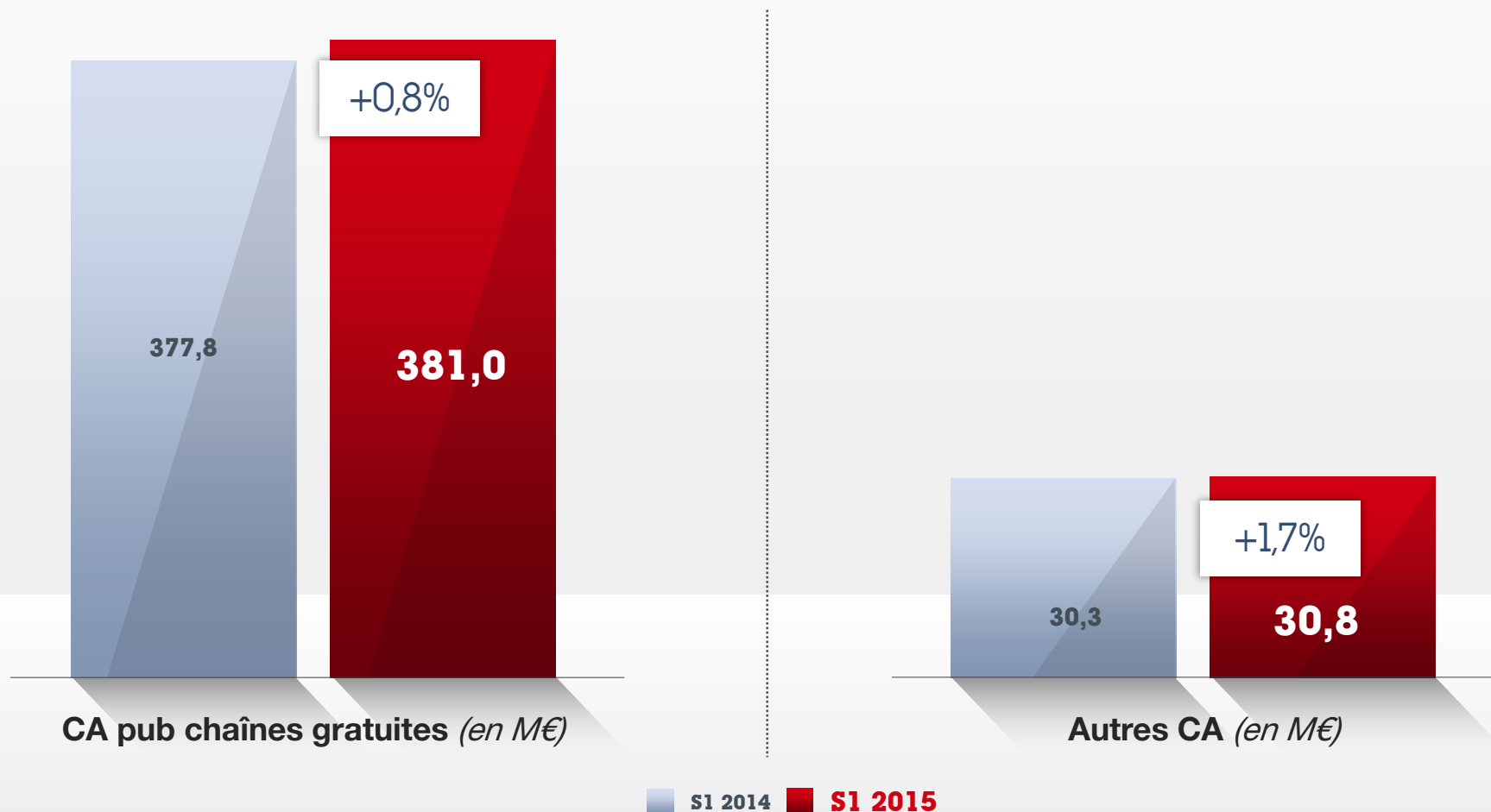
■ S1 2014 ■ S1 2015



Télévision

■ 2. TÉLÉVISION

- Les recettes TV progressent légèrement dans un marché stable

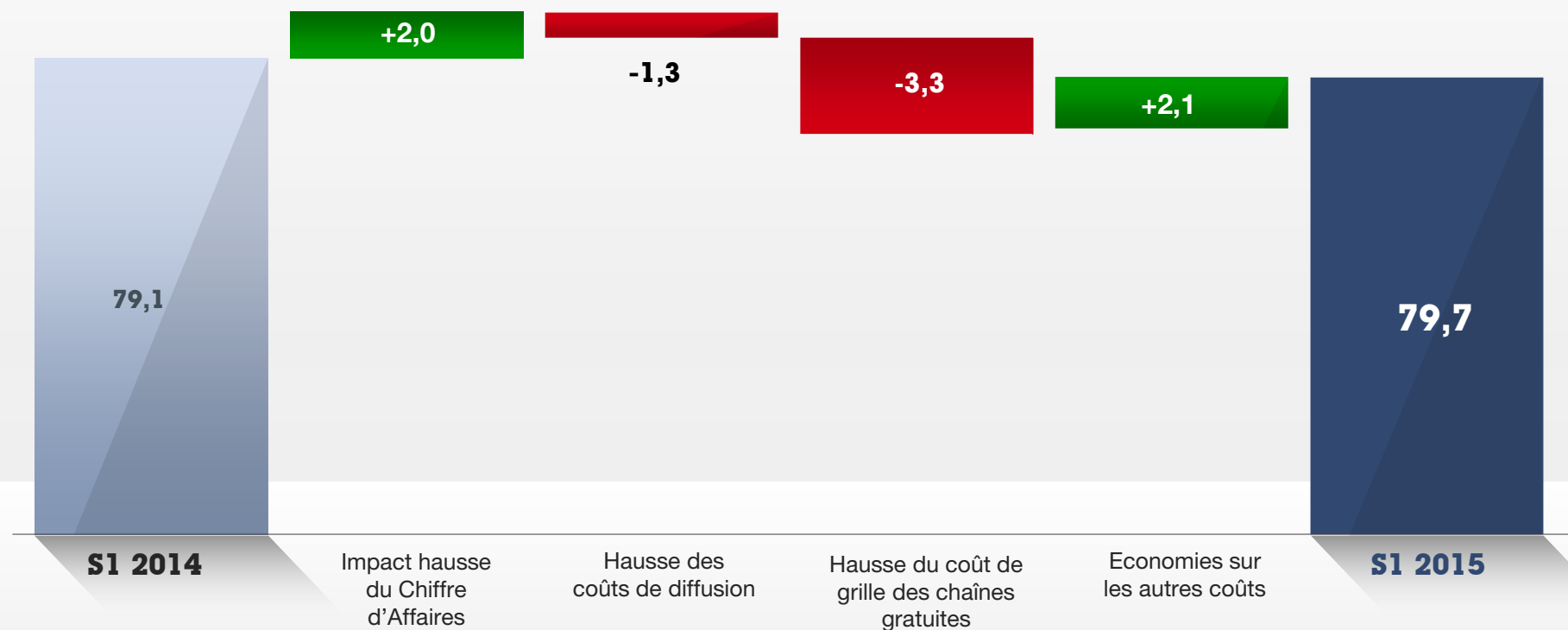


■ 2. TÉLÉVISION

- Un EBITA stable



EBITA TV S1 2015 vs. S1 2014 (en M€)





TÉLÉVISION

Audiences

2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

- S1 2015 : le Groupe M6 affiche le meilleur bilan des groupes audiovisuels historiques

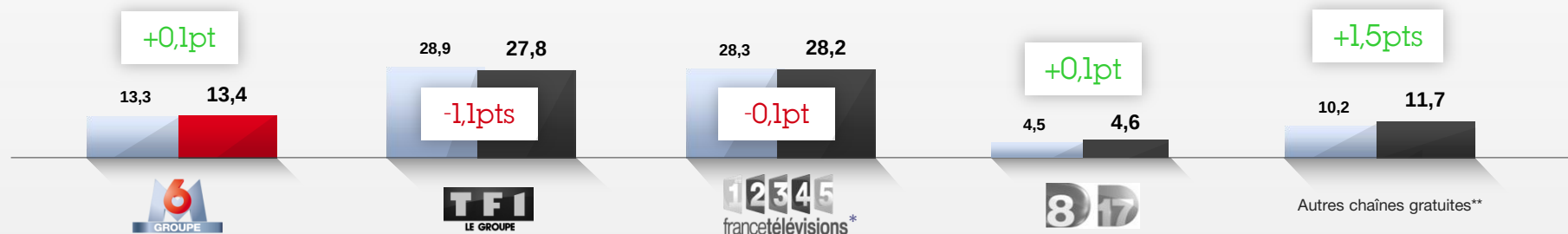


Parts d'audience des chaînes gratuites des grands groupes

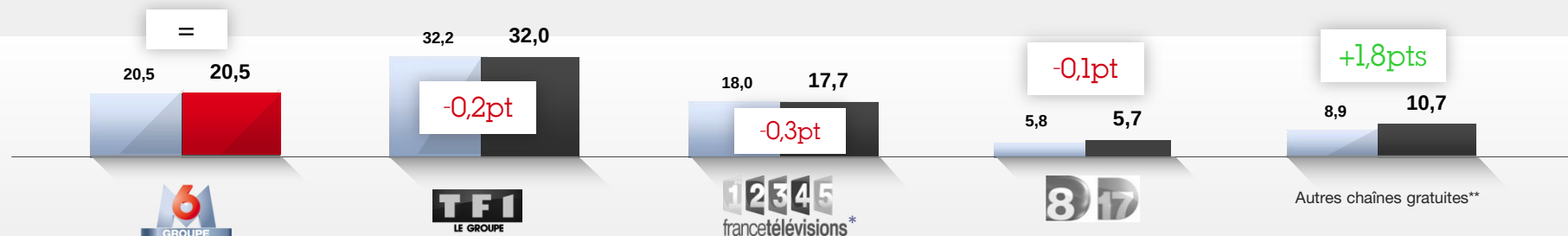
Part d'audience 4+ (%)

S1 2014

S1 2015



Part d'audience FRDA <50 (%)

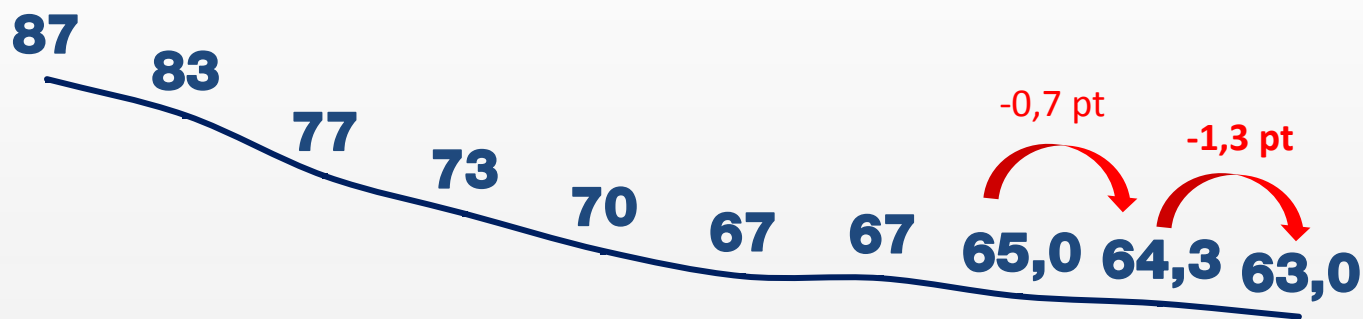


* Hors FrÔ, non mesurée en 2014

** Autres chaînes gratuites mesurées (Arte, Gulli, NRJ12, Chérie25, N23, L'Equipe21, RMC Découverte, BFM TV, iTélé)

2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

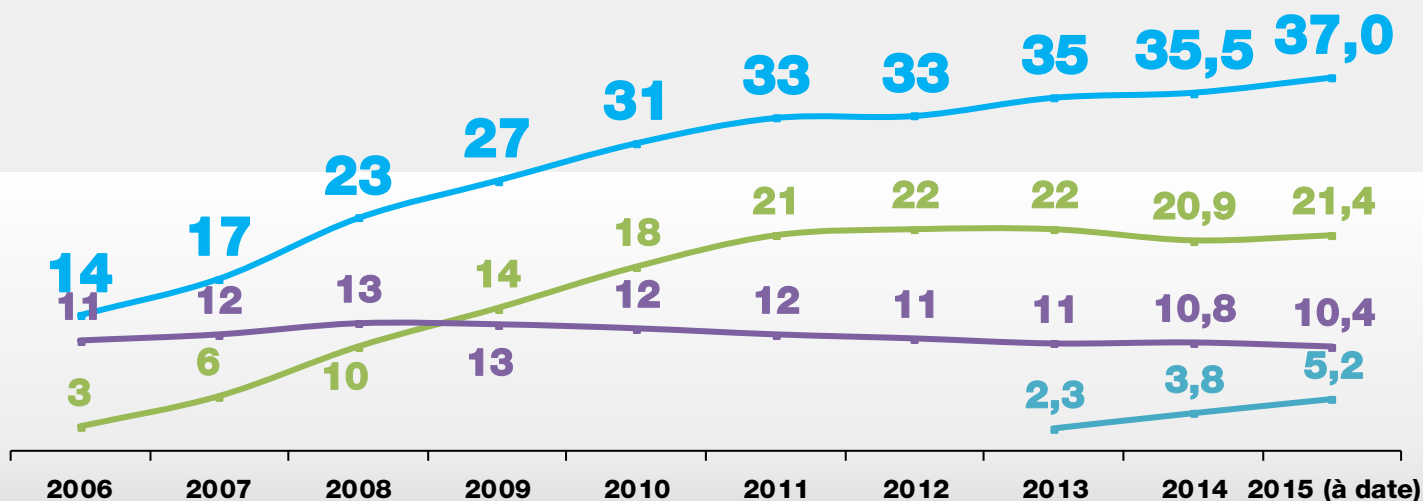
- S1 2015 : les chaînes TNT HD continuent leur progression aux dépens des chaînes historiques



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



Chaînes historiques



« Autres TV »

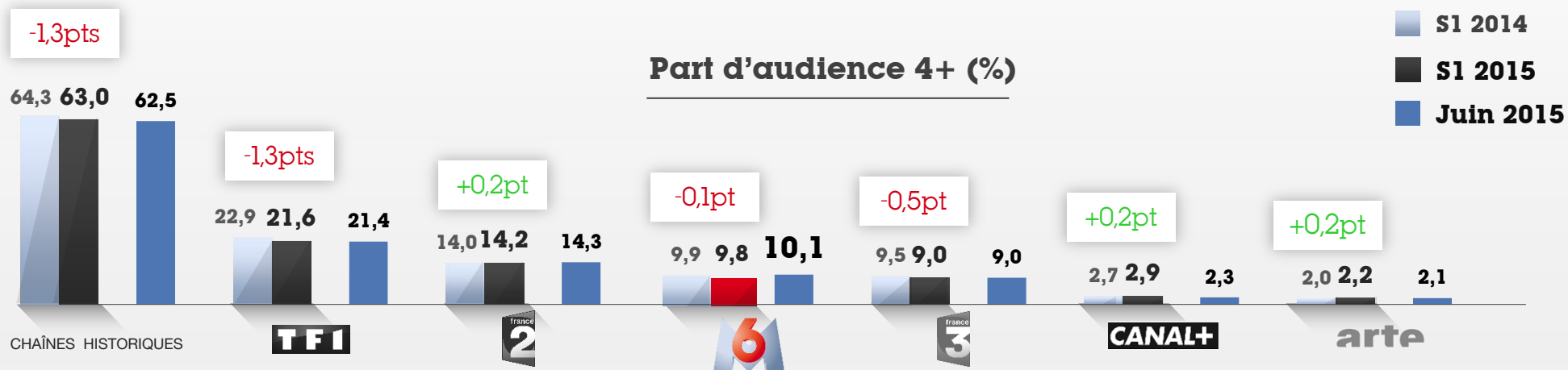
Chaînes TNT 1^{ère} génération

Chaînes payantes

Chaînes TNT 2^{ème} génération

2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

- La chaîne M6 affiche un léger repli au 1^{er} semestre 2015

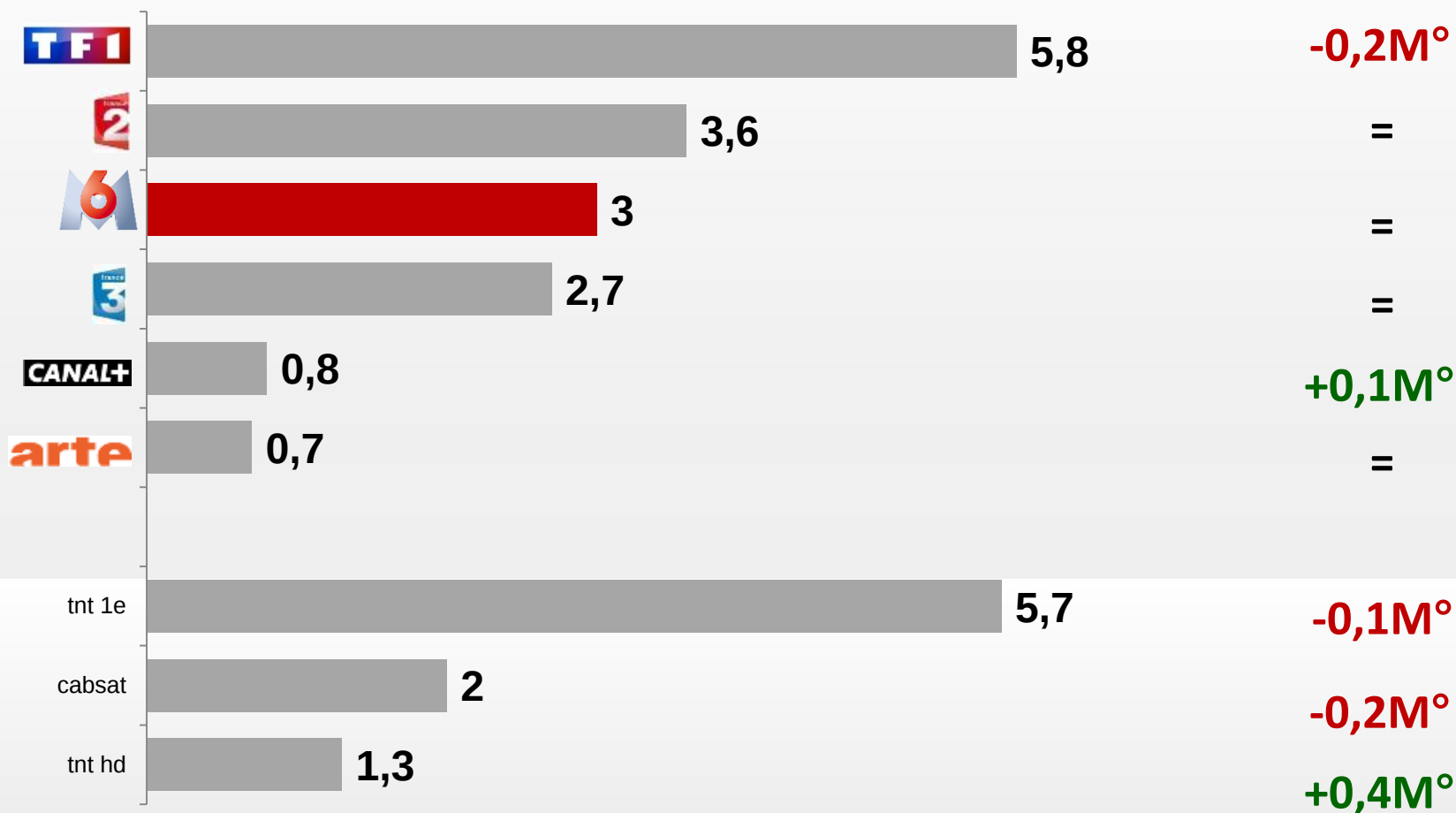


■ 2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

- M6 affiche des performances stables en soirée



Audience de la tranche 21h-22h30 du lundi au dimanche (en millions de téléspectateurs)





■ 2. TÉLÉVISION - AUDIENCES

- Malgré le référencement des nouvelles chaînes TNT, les audiences de M6 résistent bien au 1^{er} semestre grâce à l'efficacité des marques fortes et aux bonnes performances de certains lancements

Difficulté du renouvellement de
l'avant-soirée en semaine



Quelques **nouveautés en soirée** n'ont pas trouvé leur public



Référencement des 6 chaînes **TNT HD**

+1,6 pt 4+ / +1,9 pt FRDA<50 en un an



Bonne santé des
Marques fortes



Très bon bilan de certaines
nouveautés



Solide performance des
magazines de la vie





TÉLÉVISION

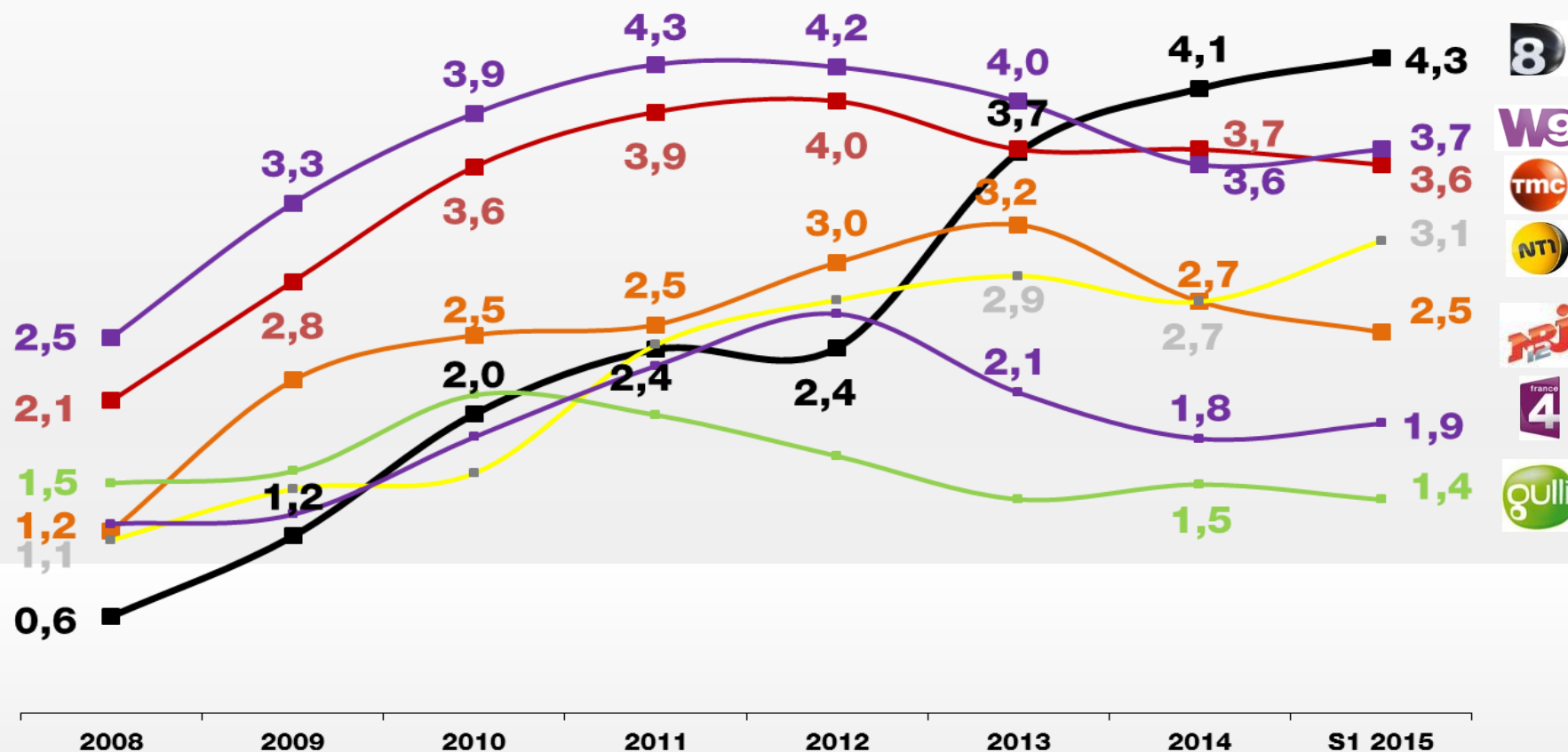
Audiences TNT

■ 2. TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT

■ W9 2^{ème} chaîne de la TNT sur la cible commerciale



Parts d'audience annuelles *FRDA-50* des chaînes TNT (en %)

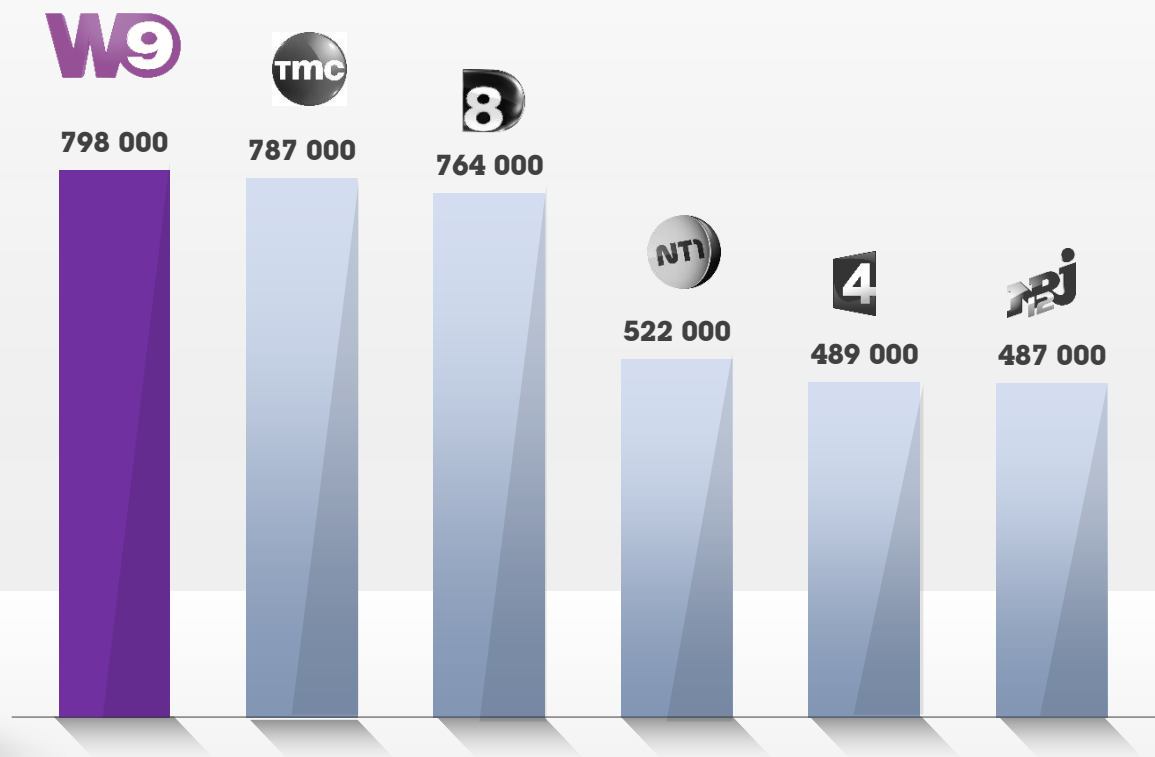


■ 2. TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT

- Au 1^{er} semestre 2015, W9 reste la chaîne TNT la plus regardée en première partie de soirée

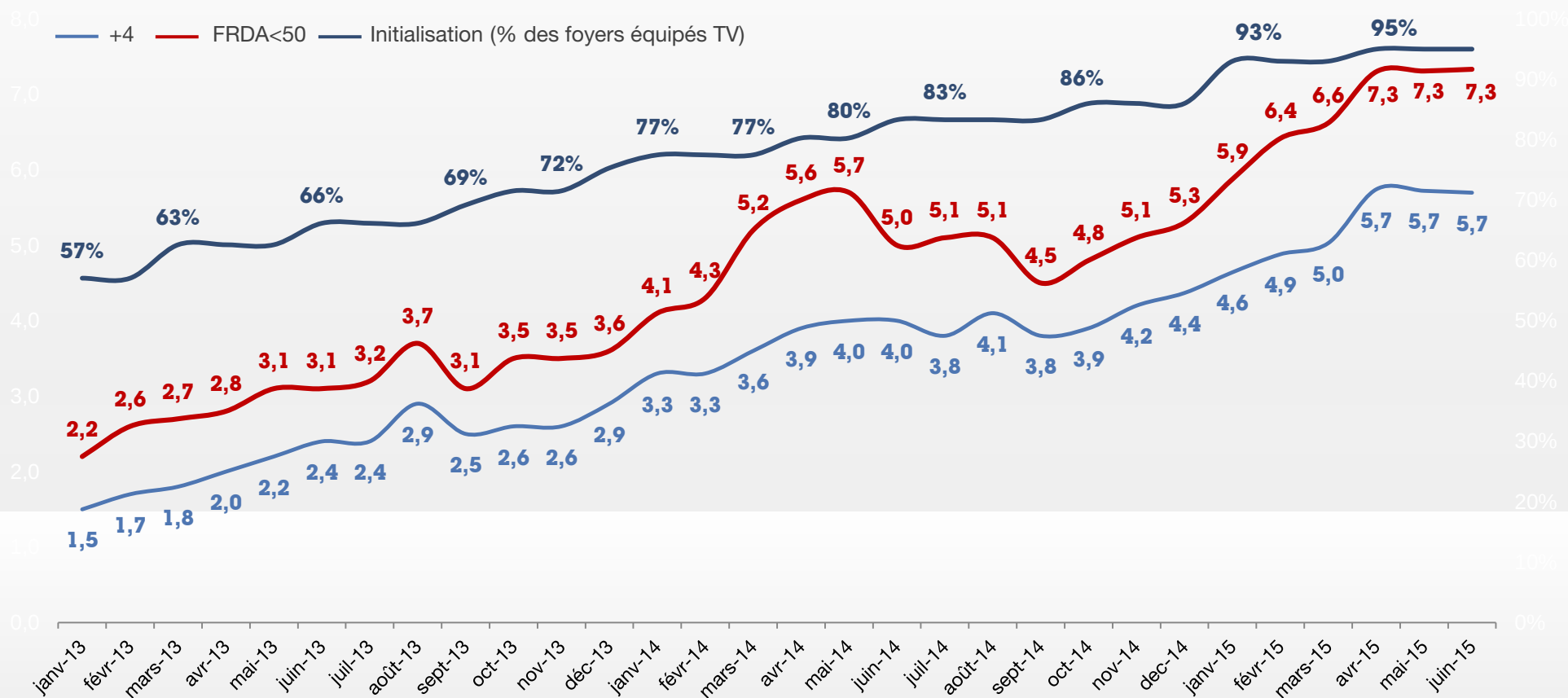


Audience en prime
(21h00-22h30)



■ 2. TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT HD

■ Les 6 nouvelles chaînes TNT HD atteignent de hauts niveaux

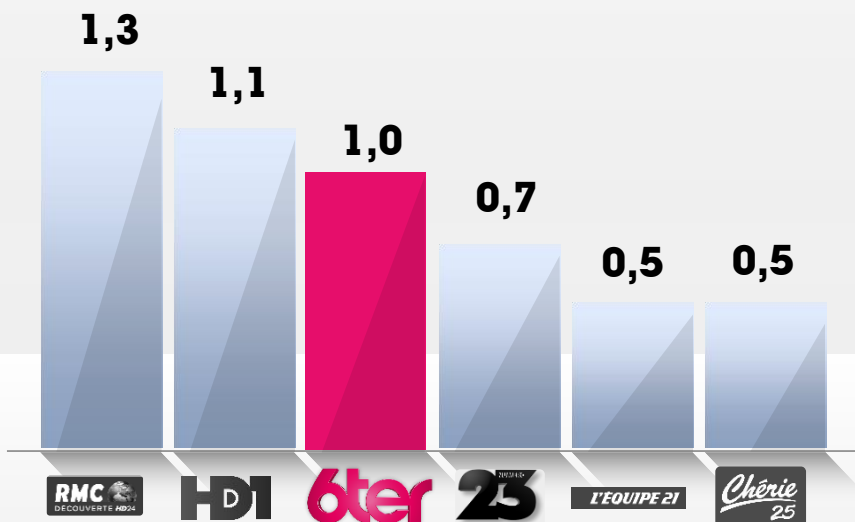


■ 2. TÉLÉVISION – AUDIENCES TNT HD

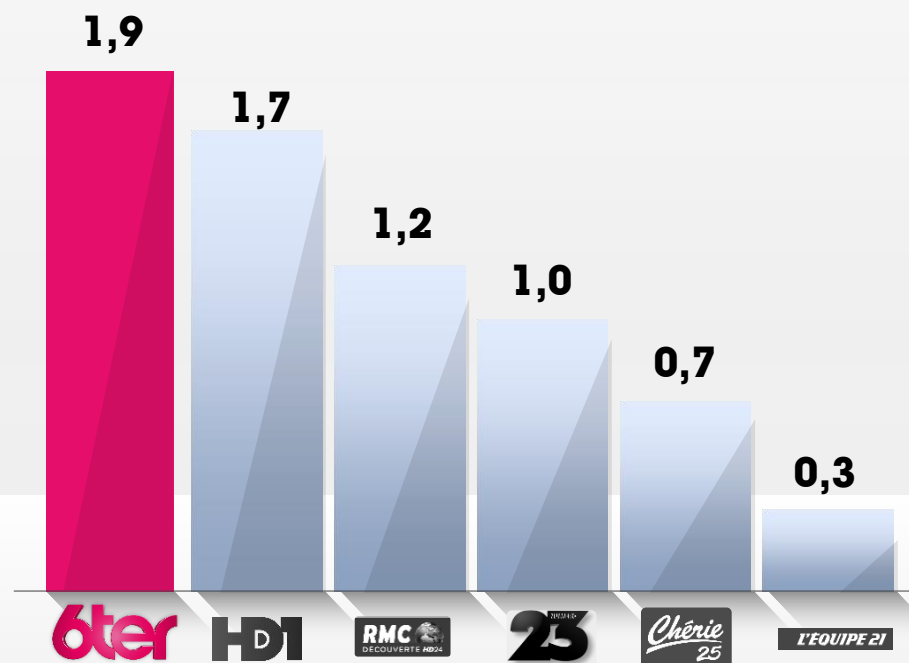
- S1 2015 : 6ter leader des nouvelles chaînes TNT en FRDA<50



Part d'audience des 6 nouvelles chaînes : 5,2% 4+



Part d'audience des 6 nouvelles chaînes : 6,8% FRDA<50





TÉLÉVISION

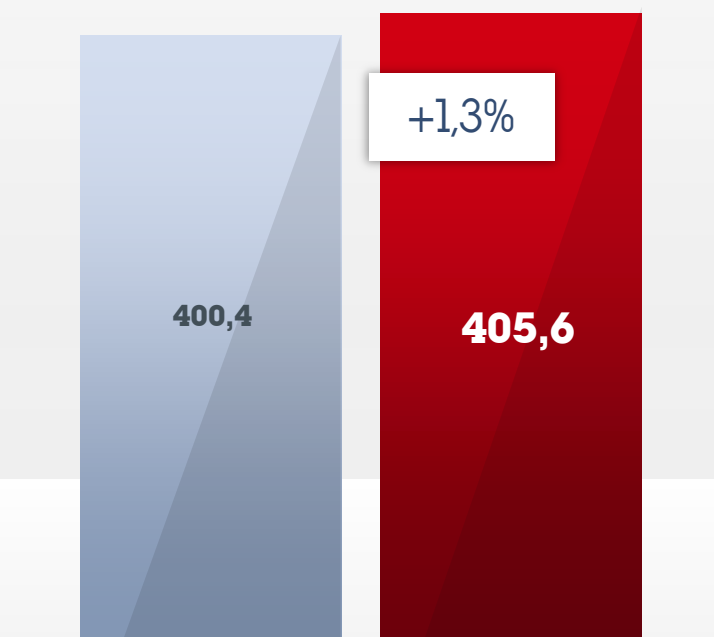
Publicité

■ 2. TÉLÉVISION - PUBLICITÉ

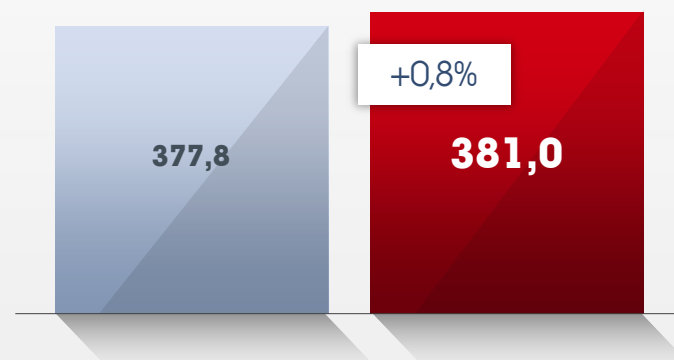
- Le Chiffre d'affaires publicitaire net du Groupe M6 est en croissance de +1,3% au 1^{er} semestre 2015



Chiffre d'Affaires publicitaire net du Groupe M6 (M€)



Chaînes Gratuites



Autres activités

 Internet



■ S1 2014 ■ S1 2015



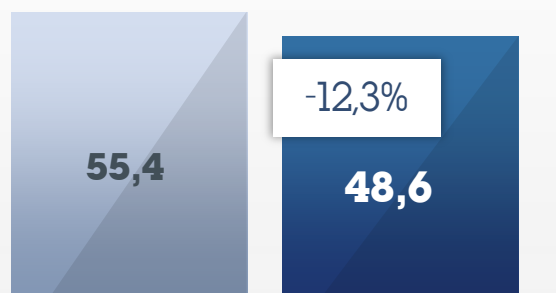
**PRODUCTION
ET DROITS
AUDIOVISUELS**

3. PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

- Un semestre marqué par plusieurs succès en salle



Chiffre d'Affaires (en M€)



EBITA (en M€)



MARGE
7,8%

+2,8 pts

S1 2014 S1 2015

Éléments Clés



Un **line up réduit** pour le pôle **distribution** mais plusieurs **succès** pour l'activité de **coproduction**



coproduit



coproduit



distribué



coproduit



Succès d'**Astérix** & de **La Famille Bélier**

VIDÉO



La réussite d'**Astérix** compense un line up réduit

INTERNATIONAL



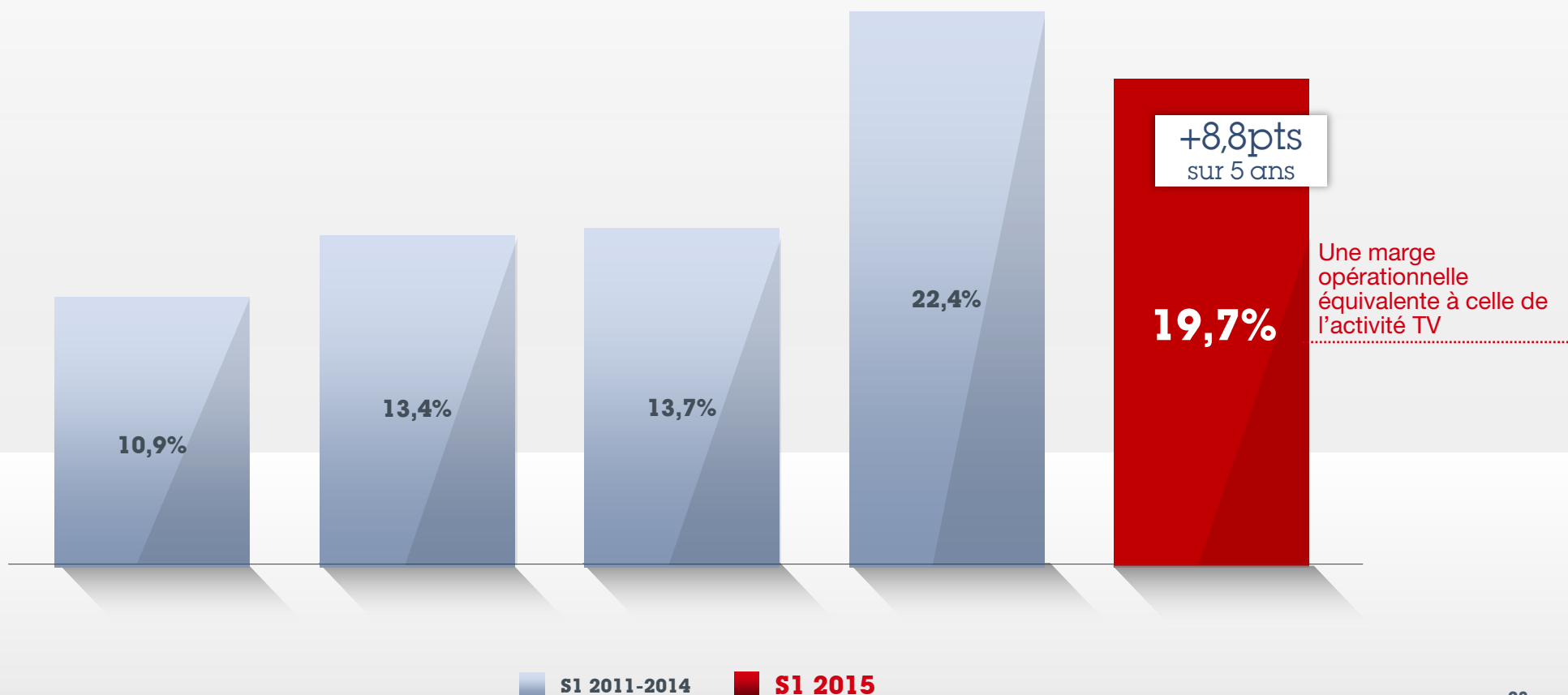
DIVERSIFICATIONS

■ 4. DIVERSIFICATIONS

- 2011-2015 : Progression de la rentabilité des activités de diversification



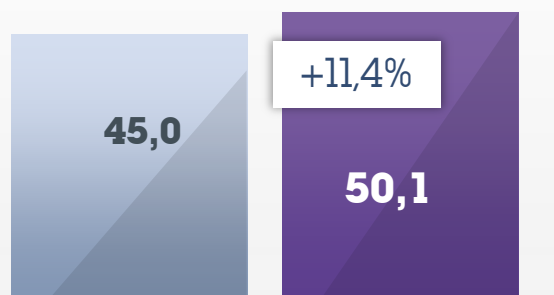
Evolution de la marge opérationnelle des Diversifications (hors F.C.G.B)



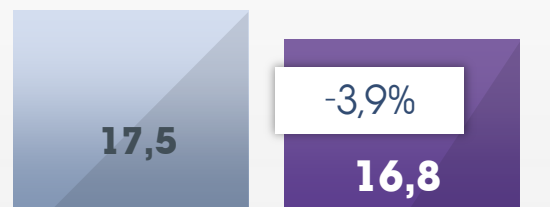
4. DIVERSIFICATIONS

- M6 Web confirme sa position d'acteur majeur sur Internet grâce à l'acquisition d'Oxygem

Chiffre d'Affaires (en M€)



EBITA (en M€)



S1 2014 S1 2015

MARGE
33,5%



Éléments Clés



M6 MOBILE



2,8M de clients
à fin juin 2015

Campagne de communication
exceptionnelle à
l'occasion des **10 ans**
du partenariat



INTERNET

- Grâce à l'acquisition et l'intégration du groupe



le Groupe M6 enregistre
13,9 M de visiteurs uniques par mois
et est le **1^{er} Groupe TV sur Internet**

- Forte croissance des
revenus publicitaires
des MCN (multi channel
networks)

- Lancement de
2 nouvelles chaînes
délinéarisées

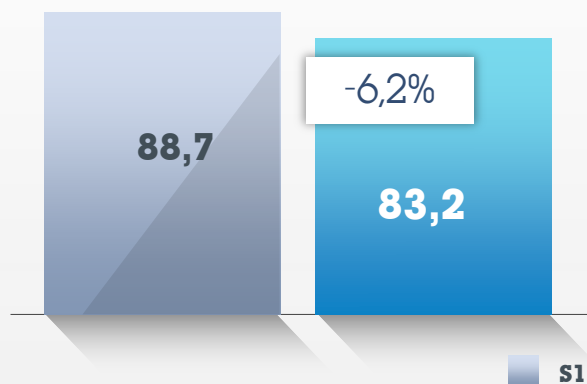


4. DIVERSIFICATIONS

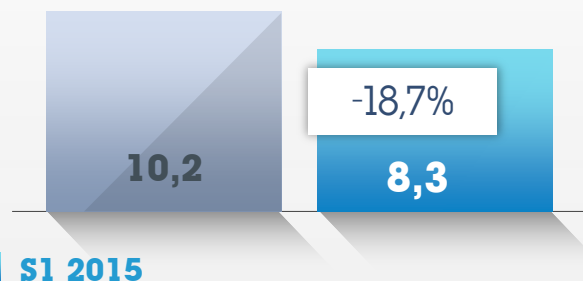
- La consommation des ménages atone pèse sur les activités de téléachat

Ventadis

Chiffre d'Affaires (en M€)



EBITA (en M€)



MARGE
10,0%

-1,5 pts
en recul sous
l'effet de la
baisse du CA

Éléments Clés



**HOME SHOPPING
SERVICE**



Un **effet de base**
défavorable
et
un **contexte
macroéconomique**
difficile pèsent sur
l'activité



**SUCCÈS DU RECENTRAGE
DU PORTEFEUILLE D'ACTIVITÉS**



Développement des **synergies** avec l'activité de
téléachat

Chiffre d'affaires en hausse de
+30% grâce à l'ouverture de
nouveaux points de distribution



**POURSUITE
DU DÉVELOPPEMENT**

Poursuite du développement de



grâce à des **investissements** dans
les **moyens de production**

et à l'intégration de

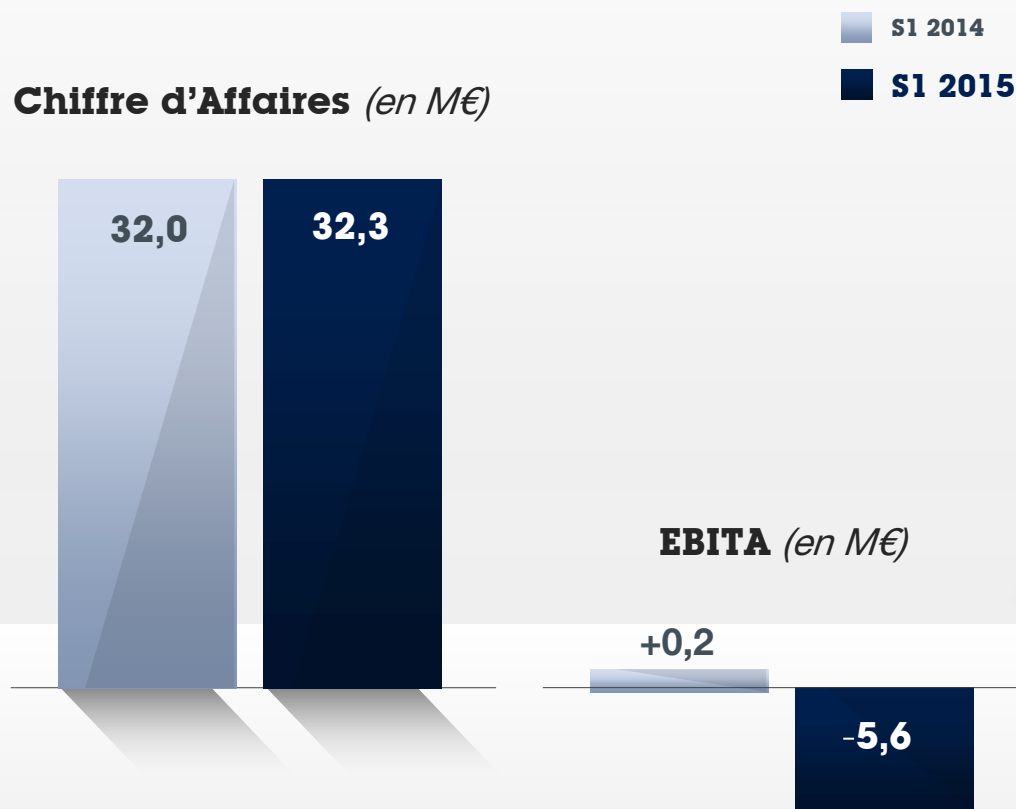
Printic.



4. DIVERSIFICATIONS

- F.C.G.B
Investissements dans l'effectif du club

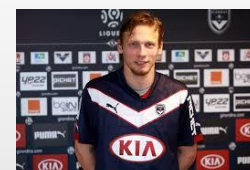
Chiffre d'Affaires (en M€)



Éléments clés

	 LIGUE 1	 EUROPA LEAGUE
2012/2013	7ème	Participation aux 1/8e de finale
2013/2014	7ème	Participation aux phases de poules
2014/2015	6ème	Qualifié pour le tour préliminaire

Des investissements dans l'effectif





COMPTES

5. COMPTES

■ Etat du résultat global consolidé simplifié au 30 juin 2015



	30 juin 2014 ⁽¹⁾	30 juin 2015	Variation S1 2015 / 2014 (M€)
Chiffre d'affaires	634,4	629,9	(4,5)
Autres produits opérationnels	4,0	4,5	0,5
Total des produits opérationnels	638,4	634,5	(3,9)
Consommations et autres charges opérationnelles	(330,6)	(313,1)	17,5
Charges de personnel (yc participation)	(117,3)	(124,1)	(6,8)
Impôts, taxes, versements assimilés	(30,5)	(30,5)	0,0
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(49,5)	(64,2)	(14,7)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	110,4	102,6	(7,8)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,2)	(0,5)	(0,3)
Résultat Opérationnel [EBIT]	110,2	102,0	(8,2)
Résultat financier	1,8	0,4	(1,4)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,0	0,9	0,8
Résultat courant avant impôt	112,1	103,3	(8,8)
Impôt sur le résultat	(47,6)	(45,0)	2,6
Résultat net des activités poursuivies	64,5	58,3	(6,2)
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées	0,0	-	(0,0)
Résultat net de la période	64,5	58,3	(6,2)

⁽¹⁾ Inclut l'impact de l'application rétrospective au 1^{er} janvier 2014 d'IFRIC21 - Taxes prélevées par une autorité publique .

5. COMPTES

■ Bilan simplifié au 30 juin 2015



	30 juin 2014 ⁽¹⁾	31 décembre 2014 ⁽¹⁾	30 juin 2015	Variation 2015 / 2014 (M€)
Goodwill	71,9	72,7	89,7	16,9
Actif non courant	284,6	263,5	276,9	13,3
Actif courant	674,4	666,0	713,9	48,0
Trésorerie	176,2	260,9	127,8	(133,1)
TOTAL ACTIF	1 207,1	1 263,1	1 208,3	(54,8)
Capitaux propres part du groupe	517,4	583,0	529,9	(53,1)
Intérêts non-contrôlants	(0,1)	(0,3)	(0,2)	0,1
Passif non courant	35,9	32,4	43,8	11,4
Passif courant	653,9	648,0	634,8	(13,2)
TOTAL PASSIF	1 207,1	1 263,1	1 208,3	(54,8)

⁽¹⁾ Inclut l'impact de l'application rétrospective au 1^{er} janvier 2014 d'IFRIC21 - Taxes prélevées par une autorité publique.

5. COMPTES

■ Tableau de flux de trésorerie au 30 juin 2015



	30 juin 2014 ⁽¹⁾	30 juin 2015	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	157,8	150,9	(6,9)
Variation de BFR d'exploitation	(56,6)	(60,0)	(3,4)
Avances au titre de contrats de location	-	(20,0)	(20,0)
Impôt	(39,4)	(31,9)	7,5
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	61,8	39,0	(22,8)
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(63,9)	(89,2)	(25,3)
<i>Eléments récurrents</i>	(58,6)	(57,9)	0,7
<i>Eléments non récurrents</i>	(5,3)	(31,3)	(26,0)
Flux de trésorerie des activités de financement	(107,1)	(82,9)	24,2
<i>Eléments récurrents</i>	(107,1)	(109,4)	(2,3)
<i>Eléments non récurrents</i>	-	26,4	26,4
Effet des écarts de conversion de trésorerie	-	0,1	0,1
Variation globale de trésorerie	(109,2)	(133,1)	
Trésorerie à l'ouverture	285,4	260,9	(24,5)
Trésorerie à la clôture	176,2	127,8	(48,4)
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	174,7	129,0	(45,7)

⁽¹⁾ Inclut l'impact de l'application rétrospective au 1^{er} janvier 2014 d'IFRIC21 - Taxes prélevées par une autorité publique.



QUESTIONS & RÉPONSES



ANNEXES

6. ANNEXES

■ Compte de résultat analytique consolidé GROUPE M6



En M€	30/06/2015	30/06/2014	Variation 2015/2014	
			En M€	En %
TV				
Chiffre d'affaires - Publicité TV gratuite	381,0	377,8	3,2	0,8%
Chiffre d'affaires - Autres TV	30,8	30,3	0,5	1,7%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	79,7	79,1	0,6	0,7%
Production et Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires	48,6	55,4	(6,8)	-12,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	3,8	2,7	1,0	37,8%
Diversifications				
Chiffre d'affaires	169,4	170,7	(1,3)	-0,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	21,4	31,2	(9,9)	-31,6%
Autre chiffre d'affaires	0,2	0,2	(0,0)	-4,4%
Eliminations et résultats non affectés	(2,3)	(2,7)	0,4	-15,2%
Chiffre d'affaires consolidé	629,9	634,4	(4,5)	-0,7%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	102,6	110,4	(7,9)	-7,1%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,5)	(0,2)	(0,3)	146,8%
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	102,0	110,2	(8,2)	-7,4%
Résultat financier	0,4	1,8	(1,4)	-76,6%
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,9	0,0	0,8	1870,7%
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	103,3	112,1	(8,8)	-7,8%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(45,0)	(47,6)	2,6	-5,4%
Résultat net des activités poursuivies	58,3	64,5	(6,2)	-9,6%
Résultat net des activités abandonnées	-	0,0	(0,0)	
Résultat net	58,3	64,5	(6,2)	-9,7%
Part des minoritaires	(0,0)	(0,1)	0,0	
Résultat net part du Groupe	58,3	64,6	(6,3)	-9,7%

6. ANNEXES

■ Détail des contributions des segments



TÉLÉVISION

En M€	30/06/2015			30/06/2014			Variation 2015/2014		
	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	421,9	411,8	79,7	417,8	408,1	79,1	4,1	3,7	0,6

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

En M€	30/06/2015			30/06/2014			Variation 2015/2014		
	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	52,8	48,6	3,8	62,4	55,4	2,7	(9,5)	(6,7)	1,1

DIVERSIFICATIONS

En M€	30/06/2015			30/06/2014			Variation 2015/2014		
	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	4,9	3,8	1,9	6,6	5,0	3,4	(1,7)	(1,2)	(1,5)
Ventadis	86,1	83,2	8,3	90,8	88,7	10,2	(4,7)	(5,5)	(1,9)
M6 Web	51,3	50,1	16,8	46,3	45,0	17,5	5,0	5,1	(0,7)
F.C.G.B	32,5	32,3	(5,6)	32,2	32,0	0,2	0,3	0,3	(5,8)
Eliminations intra-segment	(4,2)	-	-	(4,0)	-	-	(0,2)	-	-
Total Diversifications	170,6	169,4	21,4	171,9	170,7	31,2	(1,4)	(1,3)	(9,9)

■ 6. ANNEXES

■ Présentation analytique des contributions des segments Télévision gratuite



En M€	30/06/2015	30/06/2014	Variation 2015/2014	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	381,0	377,8	3,2	0,8%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	5,7	5,7	0,0	0,7%
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(93,8)	(91,5)	(2,3)	2,5%
Recettes nettes diffuseurs	292,9	292,0	0,9	0,3%
Coût de la grille	(208,6)	(205,3)	(3,3)	1,6%
Marge Brute de la grille	84,3	86,7	(2,4)	-2,8%
En %	28,8%	29,7%		



GROUPE

Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2015

28 juillet 2015

