

26 JUILLET 2016

PRESENTATION DES RESULTATS
DU 1^{ER} SEMESTRE 2016



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.

Toutes les références 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).

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2016

GROUPE M6

1. INTRODUCTION

2. TÉLÉVISION

3. PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

4. DIVERSIFICATIONS

5. COMPTES

6. PERSPECTIVES

7. ANNEXES



INTRODUCTION

FAITS MARQUANTS DU 1^{ER} SEMESTRE



GROUPE



Télévision



Prod & Droits
Audiovisuels



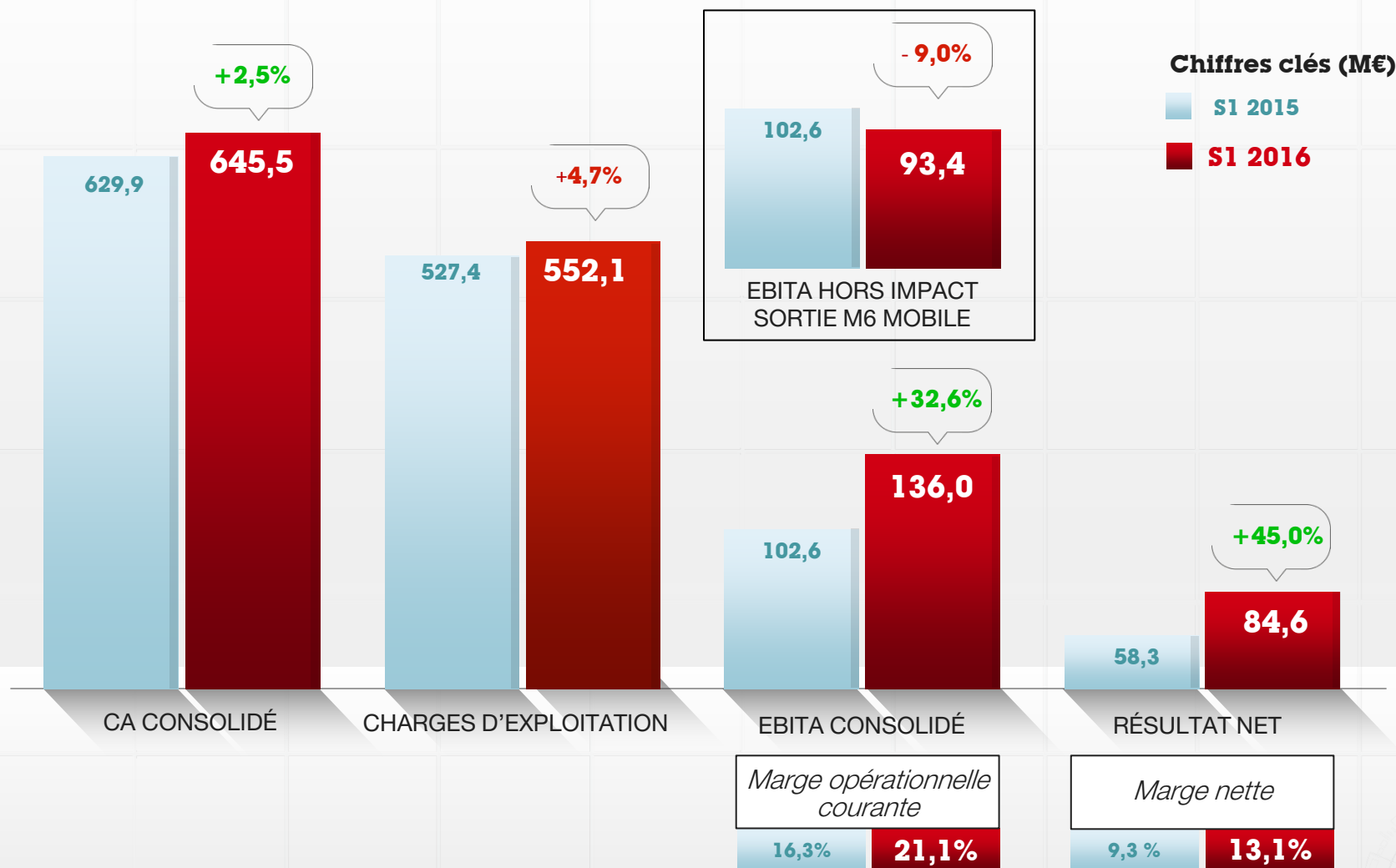
Diversifications

- **Progression des audiences**
- **Succès de l'avant-soirée sur M6**
- **Succès de l'Euro**
- **Hausse du Chiffre d'affaires publicitaire**
- **Succès des principales sorties**
- **Progression du résultat opérationnel**
- **Arrêt progressif du contrat M6 Mobile**
- **Croissance soutenue de la consommation de vidéo sur les sites du Groupe**
- **Hausse du Chiffre d'affaires publicitaire internet**



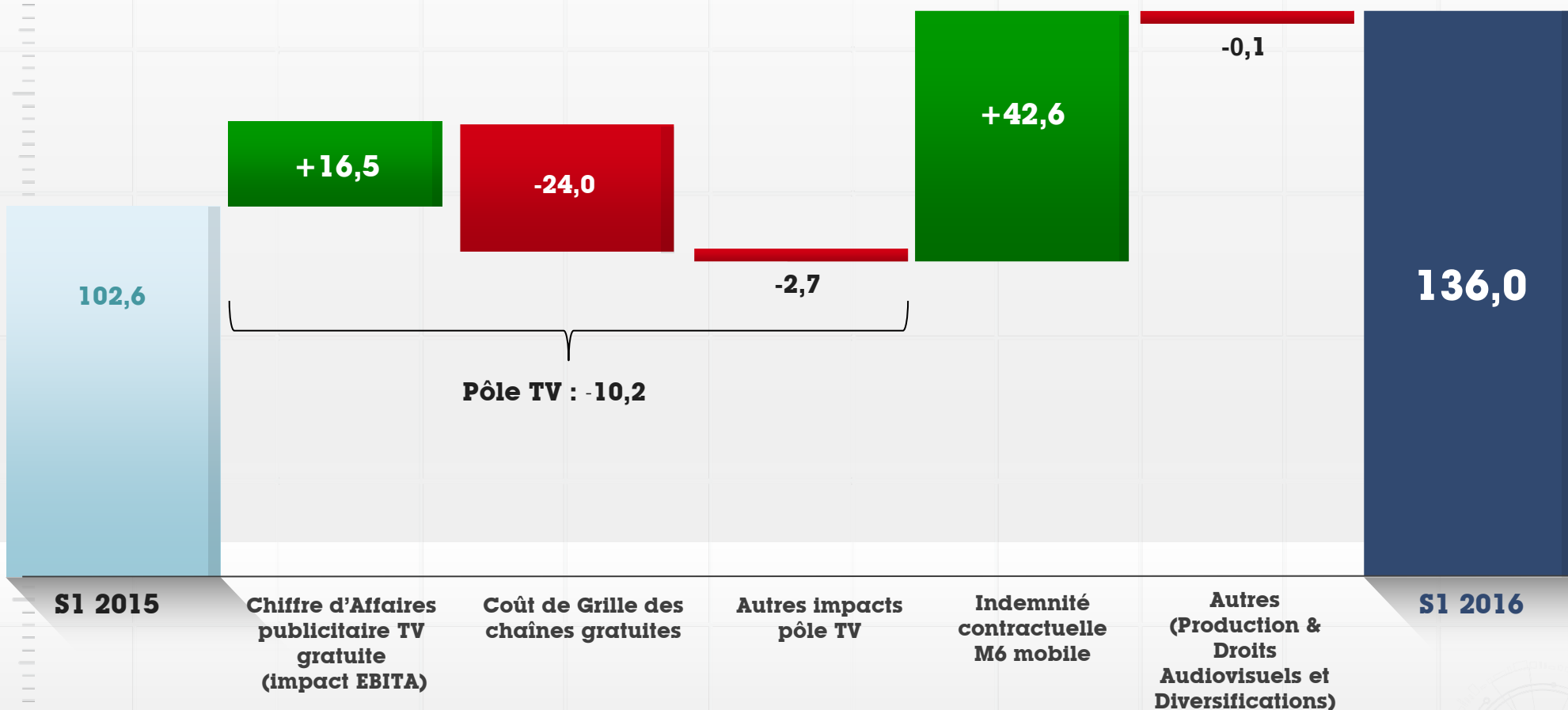
CHIFFRES CLÉS S1 2016

DES PERFORMANCES SOLIDES



L'EBITA ATTEINT 136,0 M€

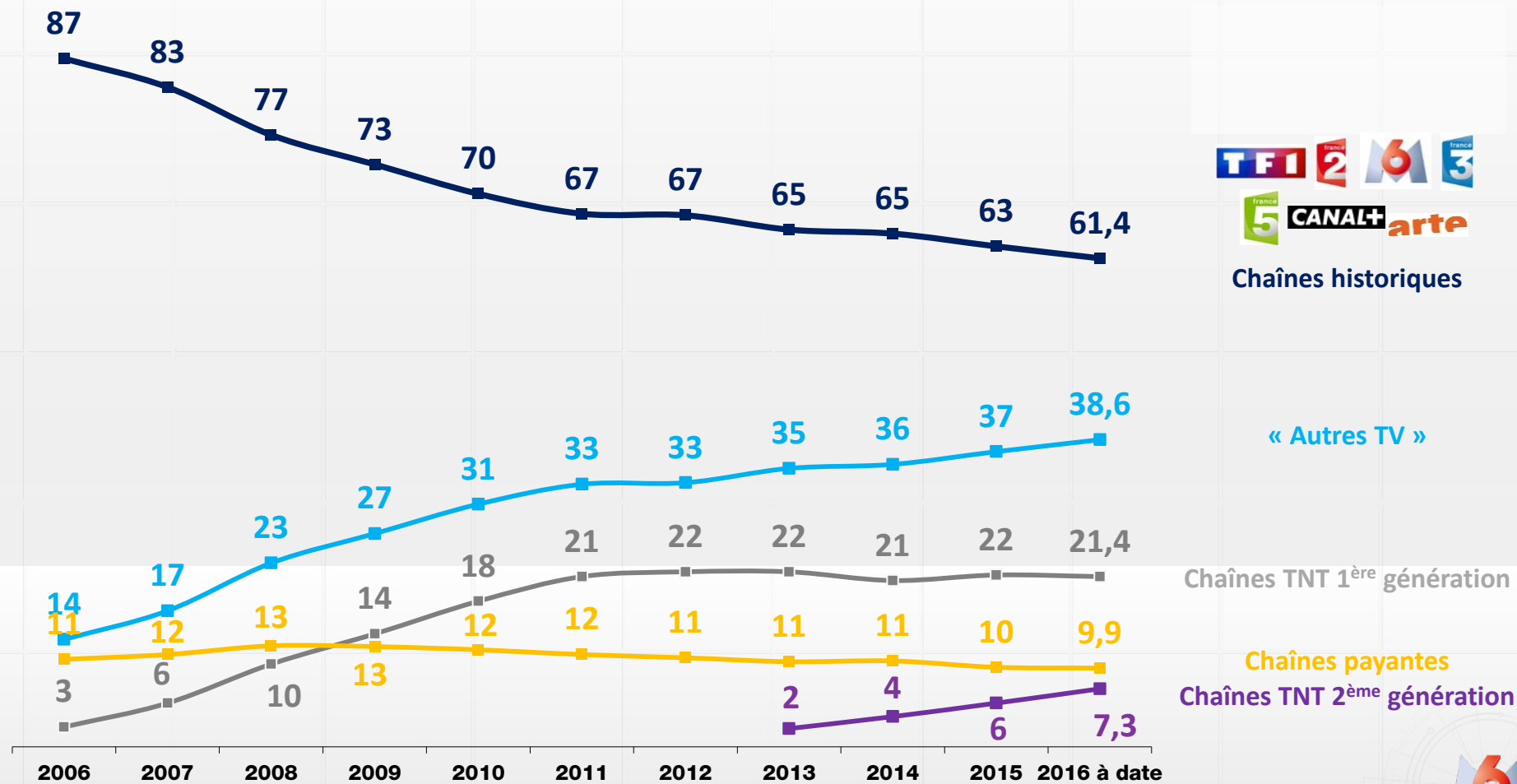
EBITA S1 2016 vs. S1 2015 (en M€)



TÉLÉVISION



UN MARCHÉ QUI SE FRAGMENTE ENCORE



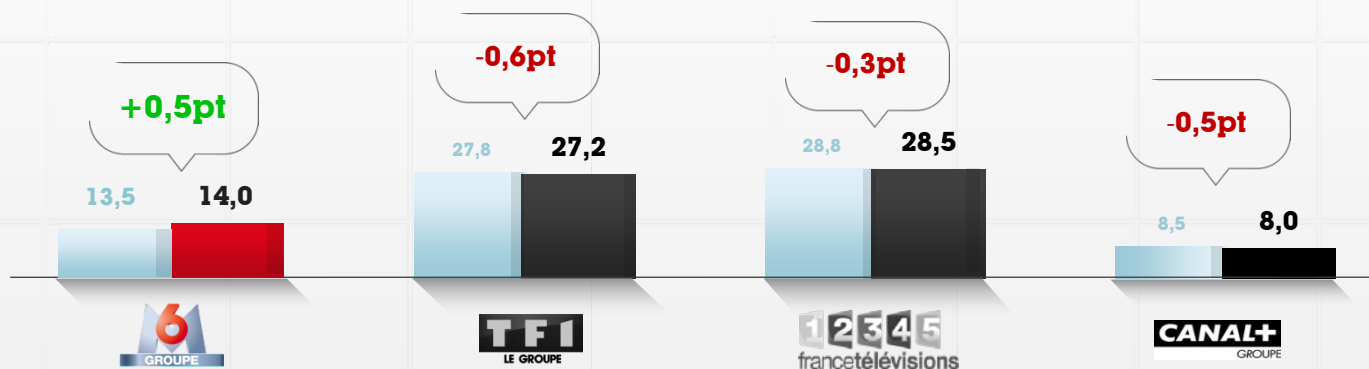
LE GROUPE M6 PROGRESSE AU 1^{ER} SEMESTRE 2016

AUDIENCES GROUPES HISTORIQUES

Part d'audience 4+ (%)

2015 A DATE

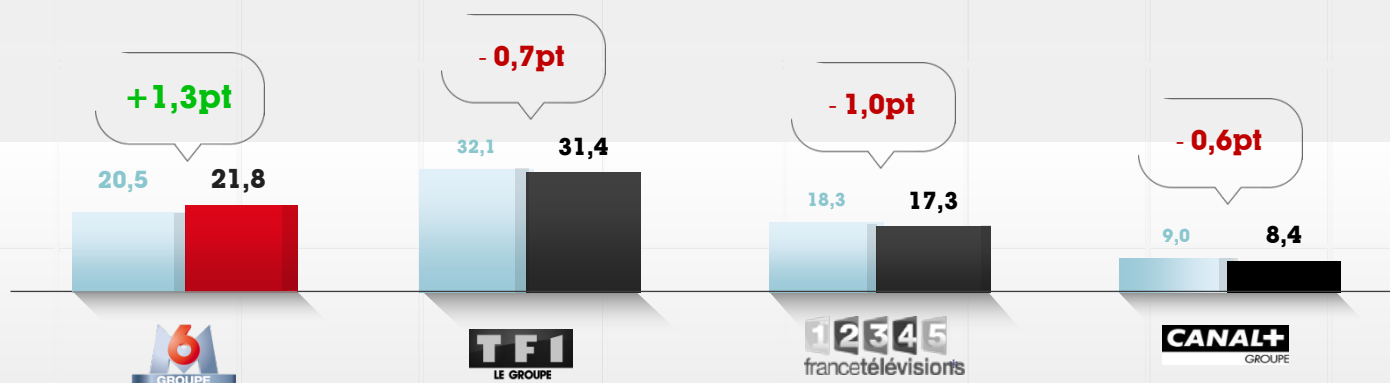
2016 A DATE



Part d'audience FRDA-50 (%)

2015 A DATE

2016 A DATE



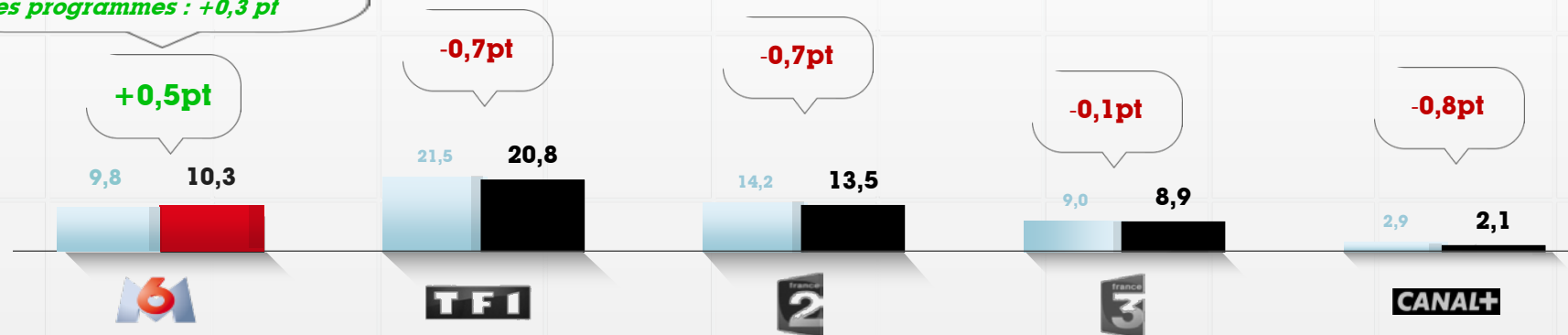
M6 : SEULE CHAÎNE HISTORIQUE A PROGRESSER

AUDIENCES CHÂÎNES HISTORIQUES

- Effet Euro : +0,2 pt
- Autres programmes : +0,3 pt

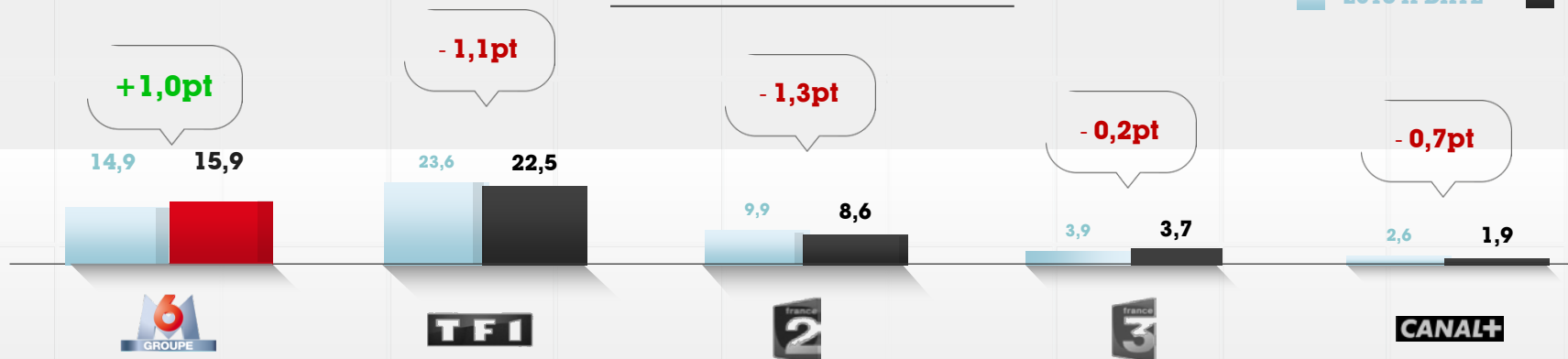
Part d'audience 4+ (%)

2015 A DATE 2016 A DATE



Part d'audience FRDA-50 (%)

2015 A DATE 2016 A DATE



M6 : RÉDUCTION DE L'ÉCART AVEC TF1 ET HAUSSE DE L'ÉCART AVEC D8

Ratio PdA M6 / TF1 – FRDA<50 (%)



63% → 71%

2015 à date

2016 à date

Ratio PdA D8 / M6 – FRDA<50 (%)



29% → 28%

2015 à date

2016 à date

M6 : PROGRESSION DE L'AVANT-SOIRÉE

Parts d'audience 4+ et FRDA-50 en access (17h30 – 19h30)



■ 2015 A DATE ■ 2016 A DATE (hors Euro)



1,1 M
19% FRDA-50

M6 leader
téléspectateurs < 50 ans
et FRDA-50

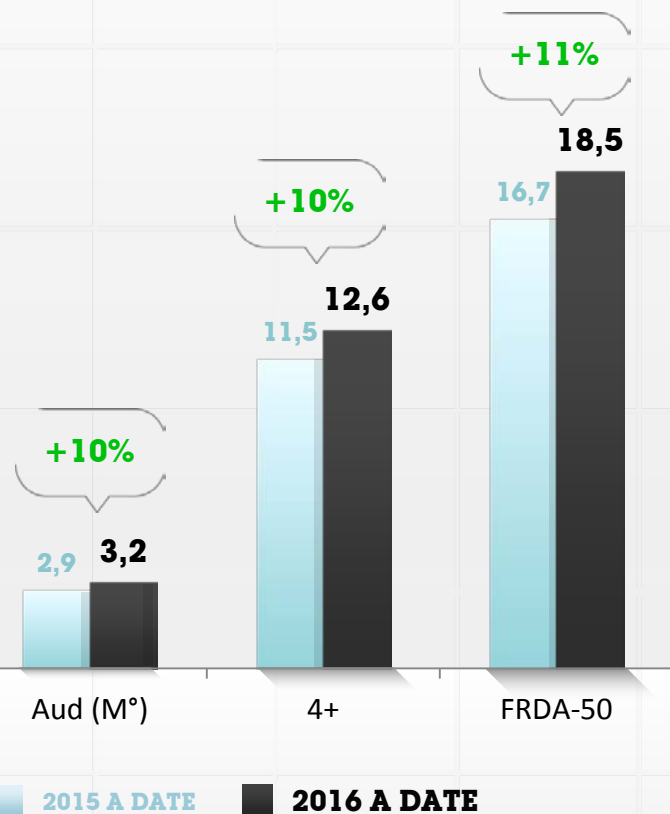


1,8 M
21% FRDA-50

M6 leader
téléspectateurs < 50 ans
et FRDA-50

M6 : DE NOMBREUX SUCCÈS EN SOIRÉE

M6 progresse en un an en prime time
(tranche 21h – 22h30)



Succès des marques fortes



3,3 M
22% FRDA-50



4,2 M
31% FRDA-50

Record historique



4,6 M
31% FRDA-50

A date

Succès des nouveautés



3,9 M
22% FRDA-50



3,7 M
27% FRDA-50

Puissance des séries US inédites



4,0 M
26% FRDA-50



4,9 M
36% FRDA-50

Meilleur lancement
de série sur M6
depuis 10 ans

AVEC L'EURO, M6 RÉALISE LES 3 PLUS GROSSES AUDIENCES DE SON HISTOIRE

Top 10 des meilleures audiences de M6 depuis sa création (en millions de téléspectateurs)



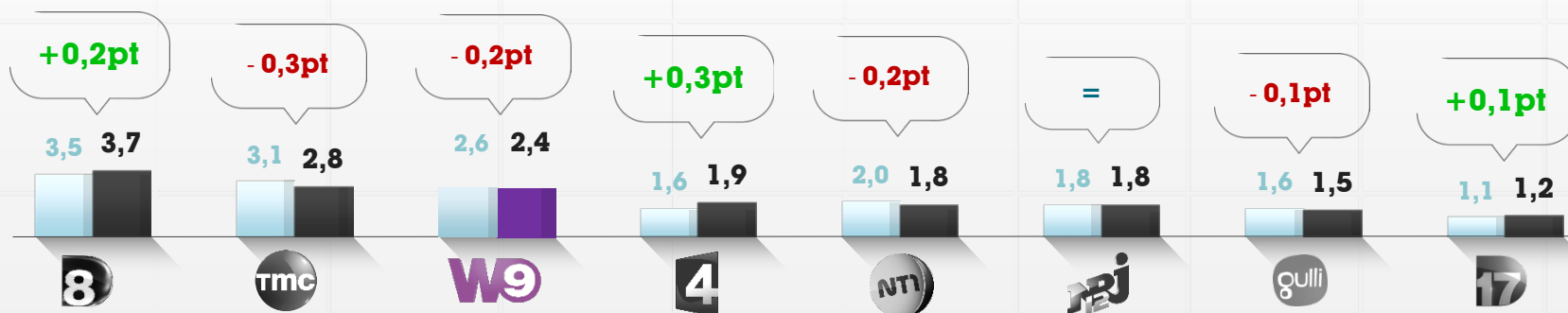
A photograph of four young adults (two women and two men) sitting together and laughing heartily. They are all looking towards the left side of the frame, presumably towards a television screen. The woman on the far left has curly brown hair and is wearing a teal top. The man next to her has curly brown hair and is wearing a grey hoodie. The woman next to him has long brown hair and is wearing a pink hoodie. The man on the far right has dark hair and is wearing a blue hoodie. The background is a bright, slightly out-of-focus interior with white blinds. A semi-transparent blue banner is overlaid at the bottom left, containing the text 'TÉLÉVISION AUDIENCES TNT'. In the bottom right corner, there is a logo for 'GROUPE 6' featuring a stylized red and white '6' inside a grey 'M' shape.

TÉLÉVISION AUDIENCES TNT

W9 : STABLE SUR LES FRDA-50

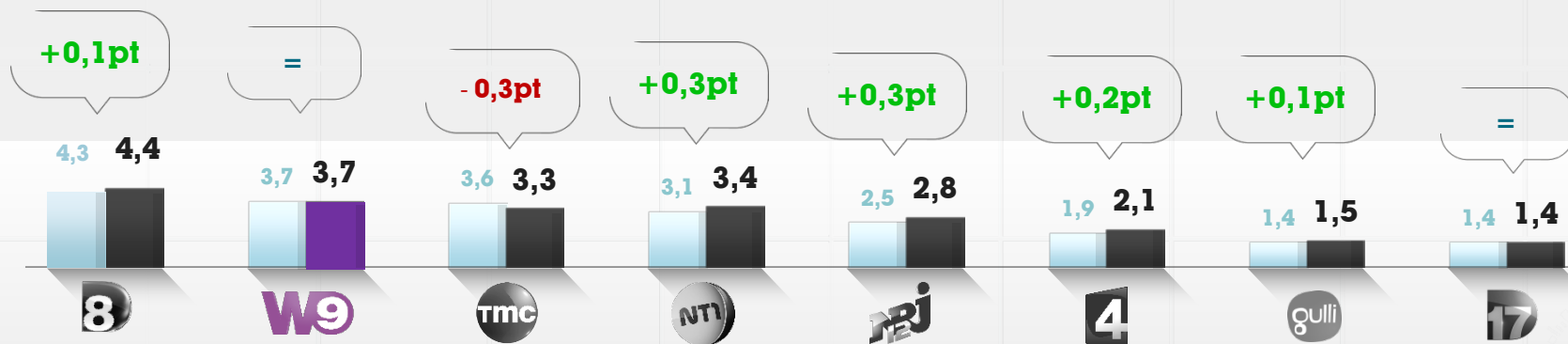
Part d'audience 4+ (%)

2015 A DATE 2016 A DATE



Part d'audience FRDA<50 (%)

2015 A DATE 2016 A DATE



W9 : 2^{ÈME} CHAÎNE TNT SUR LA CIBLE COMMERCIALE

Niveaux solides pour W9 en access



4% 4+ / 7%
FRDA-50



3% 4+ / 6%
FRDA-50

Offre cinéma la plus puissante de la TNT auprès des FRDA<50



9%
FRDA<50



8%
FRDA<50



8%
FRDA<50

Moyenne du cinéma : **0,9 M / 5% FRDA<50**

Très bonnes performances de l'offre sport



1,2 M
5% 4+ /
8% H<50



+21% 4+ /
+14%
d'audience



12% 4+ /
24% H<50

Meilleure offre de magazine sur la TNT et succès des documentaires inédits



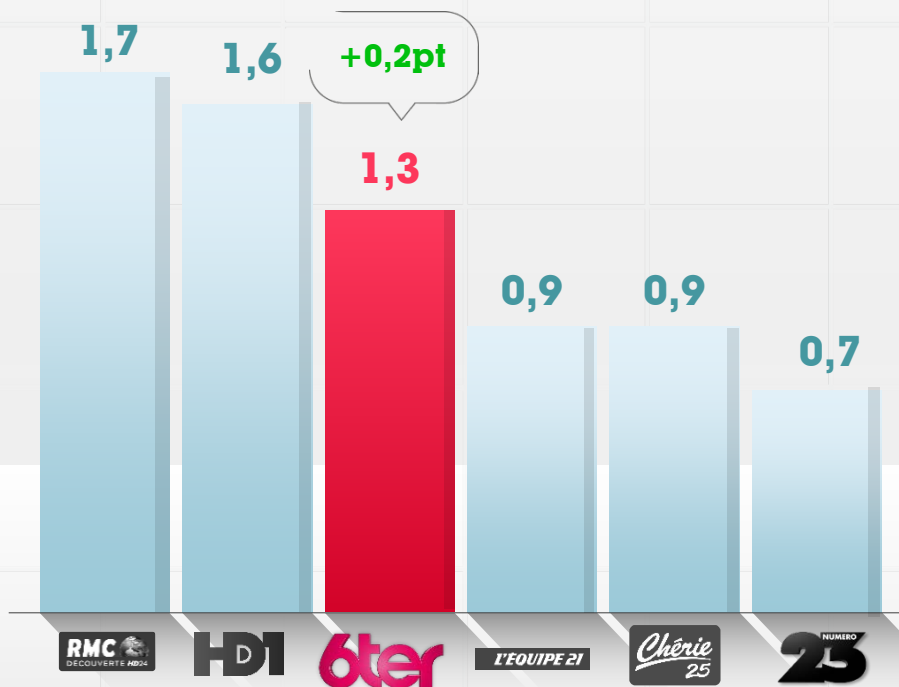
0,7 M
Magazine le plus
puissant de la TNT



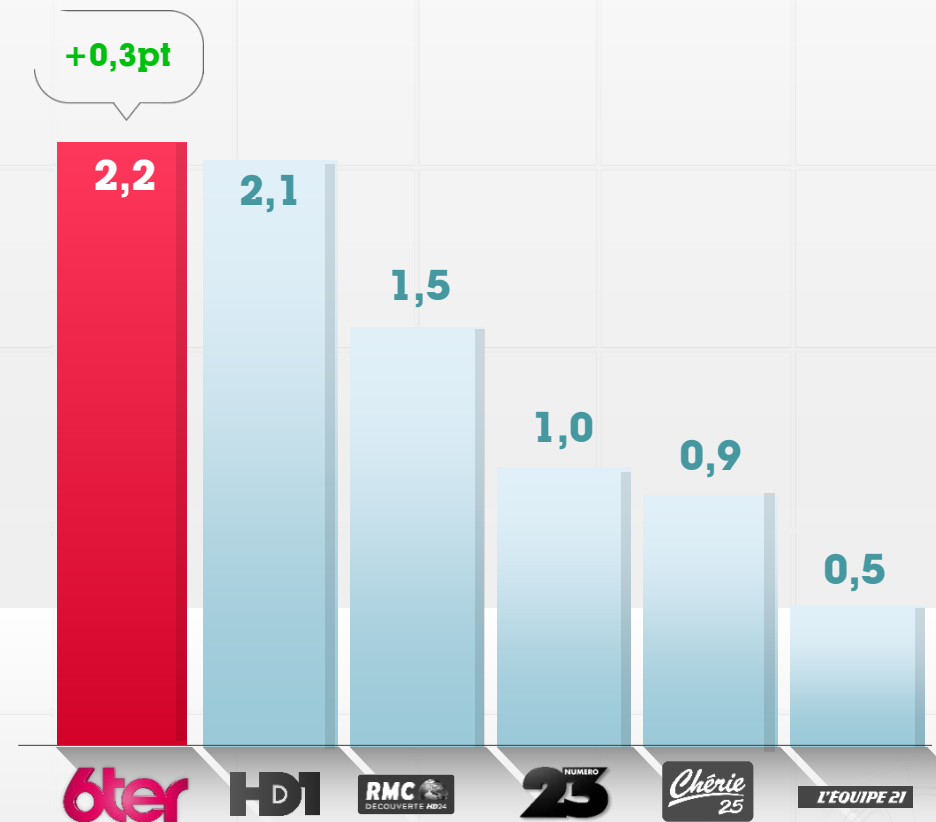
1,0 M
7% FRDA<50

6TER : 1^{ÈRE} DES NOUVELLES CHAÎNES TNT SUR LA CIBLE COMMERCIALE

Part d'audience 4+ (%)



Part d'audience FRDA<50 (%)

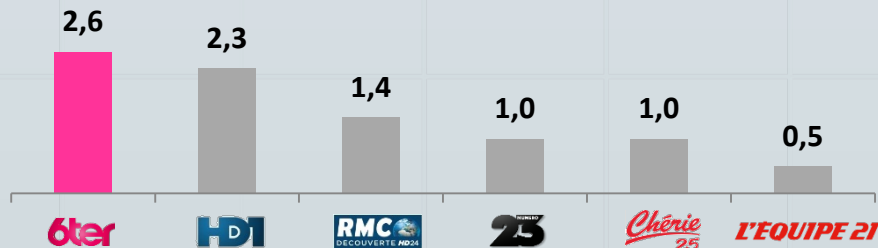


2016 : 6TER FAIT UN TRÈS BON DÉBUT D'ANNÉE

En journée

6ter leader des chaînes TNT HD auprès des FRDA-50 ⁽¹⁾

Parts d'audience FRDA-50 en 2016 à date - 10h-20h (en %) :

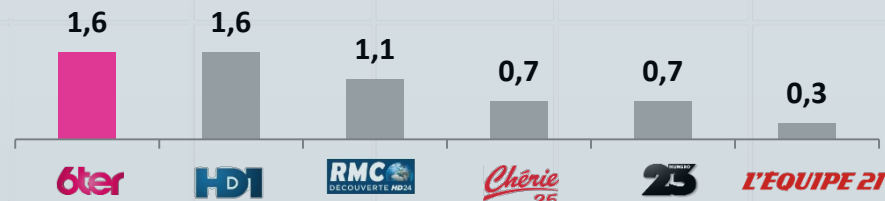


En Prime Time

265 000 tisp en moyenne ⁽²⁾

6ter co-leader des chaînes TNT HD auprès des FRDA-50 ⁽²⁾

Parts d'audience FRDA-50 en 2016 à date - 20h45-22h30 (en %) :



Matinée semaine / 3.4% FRDA-50
Leader TNT HD FRDA-50



Déjeuner semaine / 4.7% FRDA-50
Leader TNT FRDA-50, toutes générations confondues



Après-midi semaine / 2.4% FRDA-50



780 000 tisp



760 000 tisp



690 000 tisp

A photograph of two young women sitting on a couch, looking at a screen (not visible) with expressions of surprise and excitement. They have their hands pressed against their cheeks. The woman on the left has dark hair and is wearing a grey cardigan over a white shirt. The woman on the right has blonde hair and is wearing a white long-sleeved shirt. In the bottom left corner, a glass bowl filled with yellow snacks is partially visible. The background is dark and out of focus. The entire image has a blue tint and a grid pattern overlay.

TÉLÉVISION

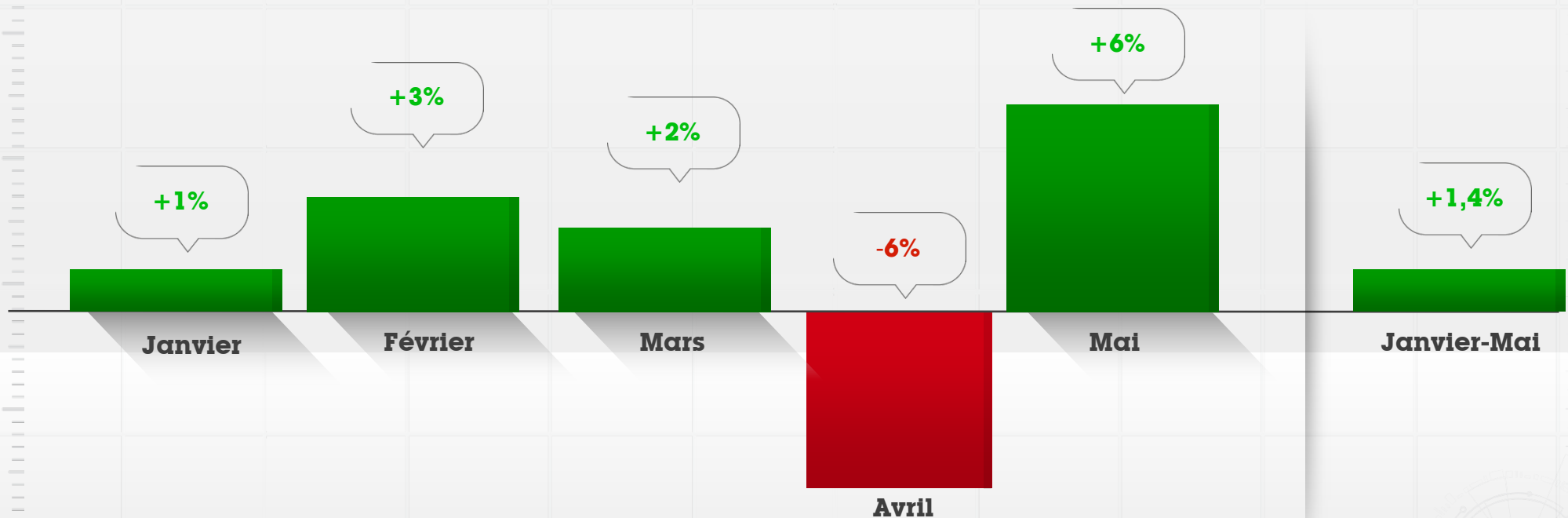
MARCHÉ PUBLICITAIRE

MALGRÉ UN DÉBUT D'ANNÉE EN CROISSANCE, LA FORTE BAISSÉ AU MOIS D'AVRIL ILLUSTRE LA VOLATILITÉ ET LE MANQUE DE VISIBILITÉ DU MARCHÉ PUBLICITAIRE

Evolution du marché publicitaire net TV en 2016 par rapport à 2015

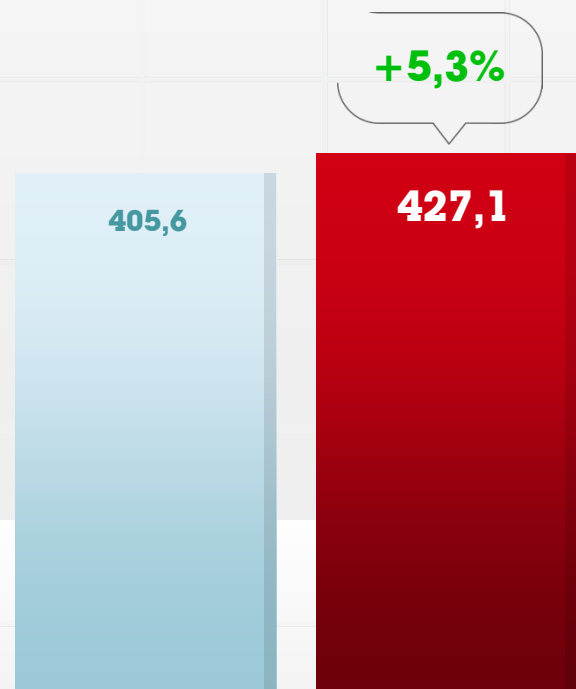
Janvier-Mai 2016 vs Janvier-Mai 2015

Données Kantar Media



LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DU GROUPE M6 EST EN HAUSSE DE +5,3%

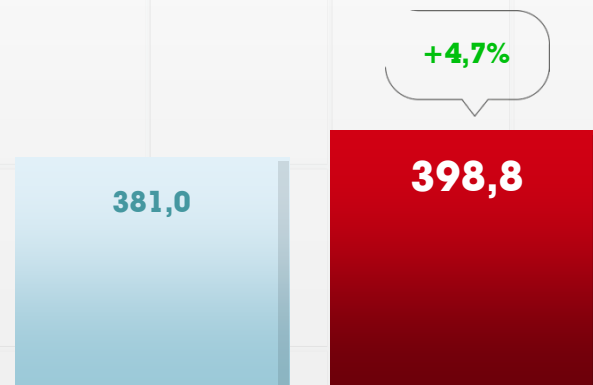
Chiffre d'Affaires publicitaire
net du Groupe M6 (M€)



+5,3%

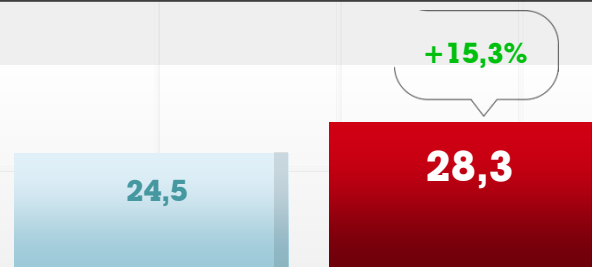
■ S1 2015 ■ S1 2016

Chaînes Gratuites



+4,7%

Autres activités



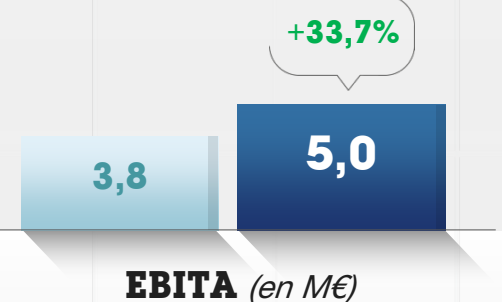
+15,3%

A young man and woman are sitting on a light-colored sofa in a modern living room. The man, with dark curly hair and a beard, is wearing a white button-down shirt and is smiling while holding a clear glass bowl of popcorn. The woman, with long brown hair, is wearing a grey t-shirt and blue jeans, and is also smiling. They are both looking towards the right side of the frame, presumably at a television. The background shows a white wall with two light switches and a staircase with a metal railing. A semi-transparent blue rectangle is overlaid on the bottom left of the image, containing the text 'PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS' in white, bold, sans-serif capital letters.

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

UN SEMESTRE MARQUÉ PAR LE SUCCÈS EN SALLES DES FILMS SND

■ S1 2015 ■ S1 2016

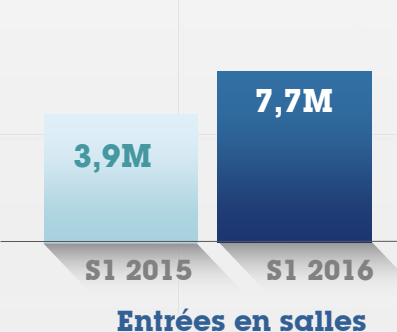


MARGE
9,1%

CINEMA

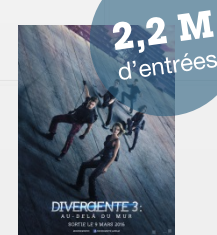
Un CA et un EBITA en hausse grâce à un line up plus dense chez SND

SND : 11 films sortis en salle vs 4 au S1 2015



M6 Films :
3 films
coproduits

3,3 M
d'entrées





DIVERSIFICATIONS

M6 MOBILE : **ARRÊT PROGRESSIF** DE LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE



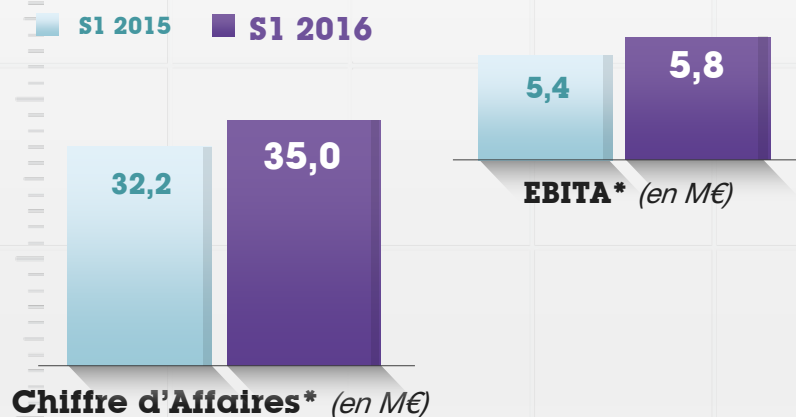
**Transfert progressif des abonnés
M6 mobile by Orange vers des offres
Orange équivalentes**

Indemnité de 50 M€
perçue au titre de la fin de
la commercialisation

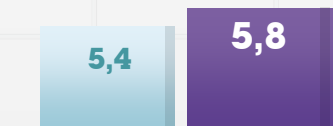
Hors indemnité contractuelle,
baisse de **-2,4M€** de la
contribution M6 Mobile sur le
1^{er} semestre 2016

DIVERSIFICATIONS

M6 WEB HORS M6 MOBILE : PROGRESSION DES RECETTES PUBLICITAIRES VIDEOS SUR INTERNET



EBITA* (en M€)



EBITA* (en M€)



6play

Le Groupe poursuit le développement de sa plateforme digitale

Succès du nouveau
6play



Cap des **10 M** d'inscrits atteint en juin

110 M de vidéos vues en moyenne par mois (+50% sur 1 an)

2 M de vidéos vues 2 semaines après son lancement

Portails

Grâce à l'intégration
OXYGEM
et aux synergies développées

73,6M de vidéos vues sur les portails (+90,2% par rapport au S1 2015)

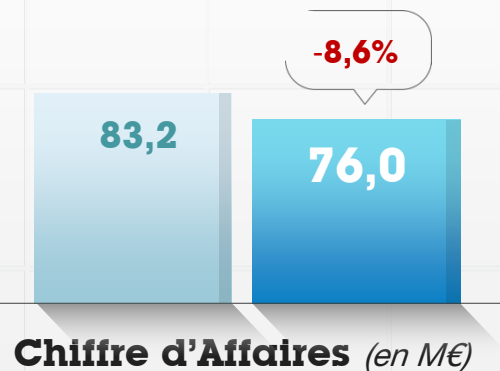
MCN



10,9 M d'abonnés en juin 2016 (x2 vs juin 2015)

BAISSE DE LA CONTRIBUTION DE VENTADIS

■ S1 2015 ■ S1 2016



MARGE
5,1%



Marché sous pression
Baisse des volumes vendus



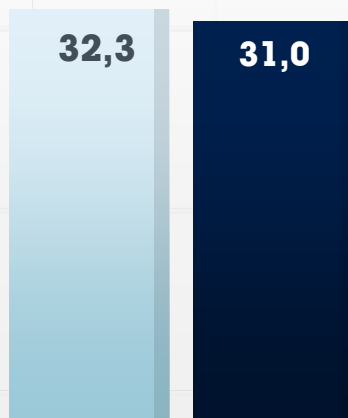
Gamme en cours de renouvellement
Baisse de la marge



Elargissement de l'offre
Hausse du chiffre d'affaires
(développement de l'activité tirage photo et dynamisme de l'activité albums)

LE F.C.G.B À L'ÉQUILIBRE

■ S1 2015 ■ S1 2016



Chiffre d'Affaires
(en M€)

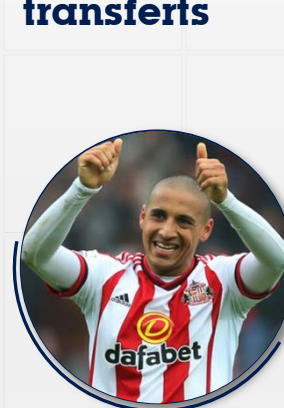
EBITA (en M€)



Des résultats sportifs en baisse compensés par les ventes de joueurs du marché hivernal

		
2013/2014	7 ^{ème}	Participation aux phases de poules
2014/2015	6 ^{ème}	Non qualifié
2015/2016	11 ^{ème}	Participation aux phases de poules

Des plus values sur transferts



Un nouvel entraineur pour la saison prochaine



COMPTES

ETAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ ÉCONOMIQUE SIMPLIFIÉ

Groupe M6	30 juin 2015	30 juin 2016	Variation S1 2016 / 2015 (M€)
Chiffre d'affaires	629,9	645,5	15,5
Autres produits opérationnels	4,5	69,9	65,4
Total des produits opérationnels	634,5	715,4	80,9
Consommations et autres charges opérationnelles	(313,1)	(344,6)	(31,5)
Charges de personnel (yc participation)	(124,1)	(132,9)	(8,8)
Impôts, taxes, versements assimilés	(30,5)	(31,9)	(1,5)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	(64,2)	(69,9)	(5,7)
Résultat Opérationnel Courant [EBITA]	102,6	136,0	33,4
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,5)	(0,5)	0,0
Résultat Opérationnel [EBIT]	102,0	135,4	33,4
Résultat financier	0,4	0,1	(0,4)
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,9	0,9	0,0
Résultat courant avant impôt	103,3	136,4	33,1
Impôt sur le résultat	(45,0)	(52,9)	(7,9)
Résultat net des activités poursuivies	58,3	83,5	25,2
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées	-	-	-
Résultat net de la période	58,3	83,5	25,2
Attribuable au Groupe	58,3	83,5	25,2
Attribuable aux Intérêts non-contrôlants	-	-	-

BILAN SIMPLIFIÉ

Groupe M6	31 décembre 2015	30 juin 2016	Variation S1 2016 / 2015 (M€)
Goodwill	89,7	89,7	-
Actif non courant	287,2	298,0	10,8
Actif courant	637,3	719,1	81,8
Trésorerie	175,8	90,3	(85,5)
TOTAL ACTIF	1 190,2	1 197,2	7,0
Capitaux propres part du groupe	583,9	561,9	(22,0)
Intérêts non-contrôlants	(0,3)	(0,3)	(0,0)
Passif non courant	39,9	38,2	(1,7)
Passif courant	566,6	597,4	30,8
TOTAL PASSIF	1 190,2	1 197,2	7,0

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Groupe M6	30 juin 2015	30 juin 2016	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement d'exploitation	150,9	191,3	40,4
Variation de BFR d'exploitation	(60,0)	(54,5)	5,5
Avances au titre de contrats de location	(20,0)	-	20,0
Impôt	(31,9)	(33,8)	(1,8)
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	39,0	103,1	64,1
Flux de trésorerie des activités d'investissements	(89,2)	(78,5)	10,7
<i>Eléments récurrents</i>	(57,9)	(78,5)	(20,6)
<i>Eléments non récurrents</i>	(31,3)	-	31,3
Flux de trésorerie des activités de financement	(82,9)	(110,0)	(27,1)
<i>Eléments récurrents</i>	(109,4)	(107,9)	1,5
<i>Eléments non récurrents</i>	26,4	(2,1)	(28,5)
Effet des écarts de conversion de trésorerie	0,1	(0,0)	(0,2)
Variation globale de trésorerie	(133,1)	(85,5)	
Trésorerie à l'ouverture	260,9	175,8	(85,1)
Trésorerie à la clôture	127,8	90,3	(37,5)
<i>Trésorerie nette de clôture</i>	129,0	91,6	(37,4)

ANNEXES



COMPTE DE RÉSULTAT ANALYTIQUE CONSOLIDÉ

En M€	30/06/2016	30/06/2015	Variation 2016/2015	
			En M€	En %
TV				
Chiffre d'affaires - Publicité TV gratuite	398,8	381,0	17,8	4,7%
Chiffre d'affaires - autres activités	30,7	30,8	(0,1)	-0,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	69,6	79,7	(10,2)	-12,7%
Production et Droits Audiovisuels				
Chiffre d'affaires - autres activités	55,5	48,6	6,8	14,1%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	5,0	3,8	1,3	33,7%
Diversifications				
Chiffre d'affaires	160,3	169,4	(9,1)	-5,3%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	70,6	21,4	49,2	230,5%
Autre chiffre d'affaires	0,2	0,2	0,0	9,7%
Eliminations et résultats non affectés	(9,2)	(2,3)	(7,0)	306,4%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	645,5	629,9	15,5	2,5%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	136,0	102,6	33,4	32,6%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	(0,5)	(0,5)	0,0	-2,1%
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	135,4	102,0	33,4	32,7%
Résultat financier	0,1	0,4	(0,4)	-87,5%
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,9	0,9	0,0	3,2%
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	136,4	103,3	33,1	32,0%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(52,9)	(45,0)	(7,9)	17,6%
Résultat net des activités poursuivies	83,5	58,3	25,2	43,1%
Résultat net des activités abandonnées	-	-	-	-
Résultat net	83,5	58,3	25,2	43,1%
Part des minoritaires	0,0	0,0	(0,0)	(0,3)
Résultat net part du Groupe	83,5	58,3	25,1	43,1%

DÉTAIL DES CONTRIBUTIONS DES SEGMENTS

TELEVISION

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	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	438,9	429,5	69,6	421,9	411,8	79,7	17,0	17,7	(10,2)

PRODUCTION ET DROITS AUDIOVISUELS

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	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	63,7	55,5	5,0	52,8	48,6	3,8	10,9	6,8	1,3

DIVERSIFICATIONS

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	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	5,1	4,2	2,2	4,9	3,8	1,9	0,2	0,4	0,3
Pôle Ventadis	79,5	76,0	3,9	86,1	83,2	8,3	(6,5)	(7,2)	(4,4)
Pôle Interactivité	50,3	49,2	64,2	51,3	50,1	16,8	(1,0)	(1,0)	47,4
Pôle Girondins	31,2	31,0	0,3	32,5	32,3	(5,6)	(1,3)	(1,3)	6,0
Eliminations intra-segment	(4,8)		-	(4,2)		-	(0,6)	-	-
Total Diversifications	161,2	160,3	70,6	170,6	169,4	21,4	(9,3)	(9,1)	49,2

PRÉSENTATION ANALYTIQUE DES CONTRIBUTIONS DU SEGMENT TÉLÉVISION GRATUITE

En M€	30/06/2016	30/06/2015	Variation 2016/2015	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	398,8	381,0	17,8	4,7%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	4,6	5,7	(1,1)	-19,8%
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(91,4)	(93,8)	2,4	-2,6%
Recettes nettes diffuseurs	312,0	292,9	19,1	6,5%
Coût de la grille	(232,6)	(208,6)	(24,0)	11,5%
Marge Brute de la grille	79,5	84,3	(4,9)	-5,8%
En %	25,5%	28,8%		



QUESTIONS & RÉPONSES