



RENTRÉE 2002 / 2003

UNE GRILLE OFFENSIVE

ET PUISSANTE



LES PROGRAMMES

ÉVÉNEMENTS

⇒ NOUVELLE SAISON DE POPSTARS

⇒ QI / QE / QM

⇒ LE MEILLEUR DES ANNÉES 80

⇒ SOIRÉES SPÉCIALES :

CÉLINE DION

200^{ÈME} FRÉQUENSTAR

HOMMAGE AUX BRATISLA BOYS

⇒ AMERICA'S CUP



LES PROGRAMMES

FICTION : UNE NOUVELLE ÉTAPE

⇒ PRODUCTION DE FICTION ACCESS PRIME TIME :
20 ANS / QUAI SUD

⇒ NOUVELLE SÉRIE DE PRIME TIME : BRIGADE DES MINEURS

⇒ COLLECTION CARNETS D 'ADO

⇒ NOUVELLE SAISON : SAMI, POLICE DISTRICT



LES PROGRAMMES

MAGAZINES : LA GRILLE LA PLUS RICHE



⇒ CAPITAL / ZONE INTERDITE

⇒ E-M6 / E-M6 DÉCOUVERTE / E-M6 HISTOIRE (Napoléon, les Pharaons,...)

⇒ CULTURE PUB

⇒ TURBO



LES PROGRAMMES

MAGAZINES : PROXIMITÉ



⇒ MAGAZINES CONFIRMÉS :
UNE FRÉQUENCE ACCRUE

SECRETS D'ACTUALITÉ
DEMAIN TOUS...
ÇA ME RÉVOLTE !
SOIRÉES SPÉCIALES

⇒ NOUVEAU MAGAZINE :

SEXUALITÉ, SI ON EN PARLAIT



LES PROGRAMMES

DIVERTISSEMENT : DYNAMIQUE

⇒ GRAINES DE STAR

NOUVEAU !

⇒ FRÉQUENSTAR

⇒ 80 À L'HEURE

⇒ HIT MACHINE

⇒ C'EST L'AFTER

⇒ FAN DE

⇒ STAR SIX

⇒ MORNING LIVE



LES PROGRAMMES

DES PROGRAMMES INTERACTIFS

Succès des synergies autour des programmes : Internet, sms, audiotel et minitel

M6.fr en forte progression : premier site du secteur audiovisuel

1,22 million de visiteurs uniques en moyenne par mois

(source Netvalue : Janv./Juin 2002)

Turbo.fr, le site automobile : 5 millions de pages vues par mois

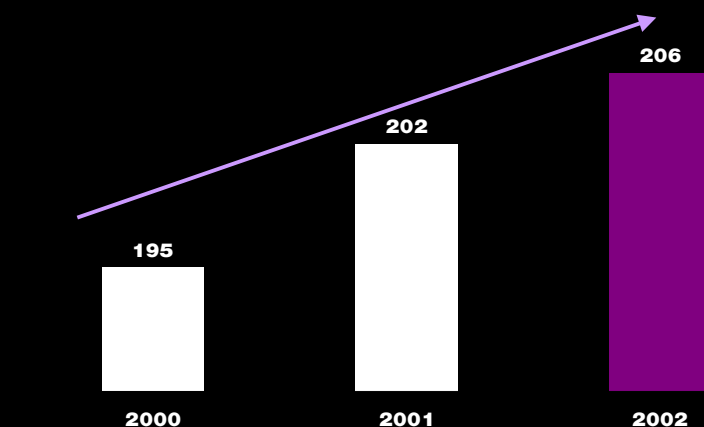
(source Web and stats)



L'INTERACTIVITÉ

DURÉE D'ÉCOUTE TV TOUJOURS EN PROGRESSION

en minutes, auprès des 4 ans et + (source Médiamat - données semestrielles)



LES AUDIENCES

PREMIER SEMESTRE CONFORME AUX OBJECTIFS

Le premier semestre 2002 est conforme aux objectifs fixés pour la chaîne 6. Les audiences ont atteint des niveaux élevés, notamment chez les ménagères de moins de 50 ans et les jeunes adultes.



19,8% pda sur les ménagères de moins de 50 ans
(2ème chaîne depuis 2001)



21,8% pda sur les 15/34 ans
(2ème chaîne)



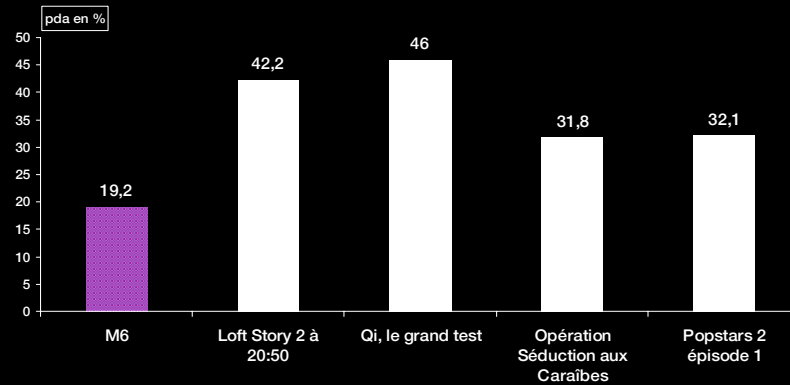
19,2% pda sur les 4/49 ans
(2ème chaîne)

Source Médiamat - 1^{er} semestre 2002



LES AUDIENCES

PROGRAMMATION ÉVÉNEMENTIELLE TRÈS PERFORMANTE AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS



Source Médiamat (public : 4/49 ans)



LES AUDIENCES

UNE PROGRAMMATION RICHE EN ÉVÉNEMENTS

41 semaines exceptionnelles en 2002

⇒ **LOFT STORY 2 : 13 prime time**

⇒ **POPSTARS 2 : 17 prime time**

⇒ **QI / QE / QM : 3 prime time**

⇒ **OPÉRATION SÉDUCTION AUX CARAÏBES : 8 prime time**



LES AUDIENCES

SUCCÈS DES PROGRAMMES D'ÉTÉ

SOIRÉES

Millions Pda
mén<50

Opération Séduction aux Caraïbes (jeudi 20:50)	3,7	31,4
	record : 4,5	

ACCESS

80 à l'heure (du lundi au vendredi 17:00)	0,7	20,7
---	-----	------

2ÈME PARTIE DE SOIRÉE

Secrets d'actualité (dimanche 22:50)	1,8	26,5
	record : 2,2	

Source Médiamétrie/Médiamat - 1^{er} semestre 2002



LES AUDIENCES

7 PRODUCTIONS PARMI LES 10 MEILLEURES AUDIENCES

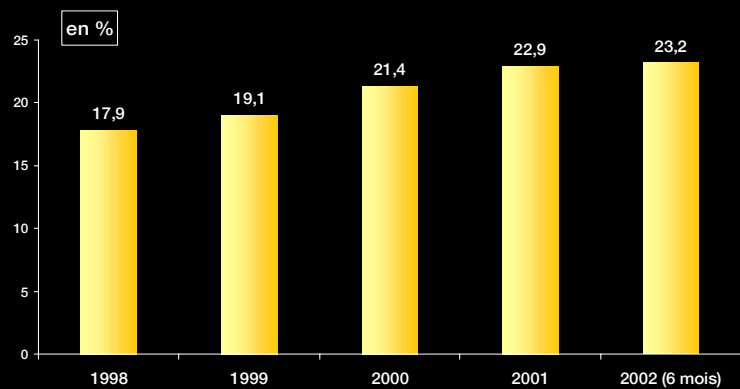
	Loft Story	11/04/02	8,2 Millions de téléspectateurs
	QI, le grand test	28/03/02	6,0 Millions de téléspectateurs
	Capital : des milliards au noir	13/01/02	5,7 Millions de téléspectateurs
	Caméra café : Méditation	21/03/02	5,6 Millions de téléspectateurs
	Le cave se rebiffe (Film)	16/06/02	5,4 Millions de téléspectateurs
	Les p'tits Lucas (Téléfilm)	27/02/02	5,4 Millions de téléspectateurs
	Jacky Chan dans le Bronx (Film)	18/02/02	5,3 Millions de téléspectateurs
	Zone interdite : Argent, gloire...	26/05/02	5,1 Millions de téléspectateurs
	Les barbouzes (Film)	09/06/02	5,1 Millions de téléspectateurs
	Zone interdite : La folie du strip...	03/03/02	5,0 Millions de téléspectateurs

Source Médiamétrie - 1^{er} semestre 2002



LES AUDIENCES

CROISSANCE CONTINUE DE LA PART DE MARCHÉ PUBLICITAIRE BRUTE

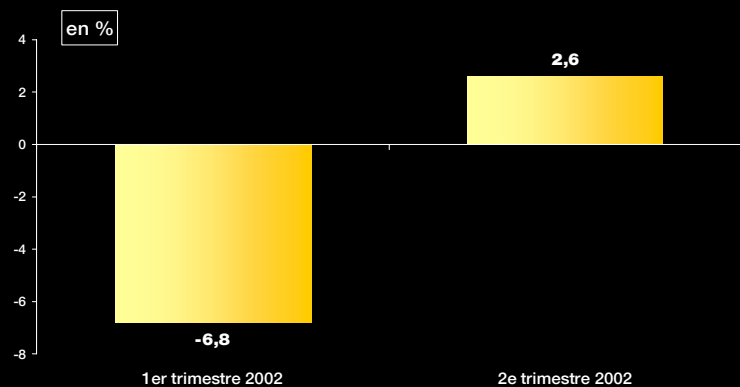


Source Secodip



LA PUBLICITÉ

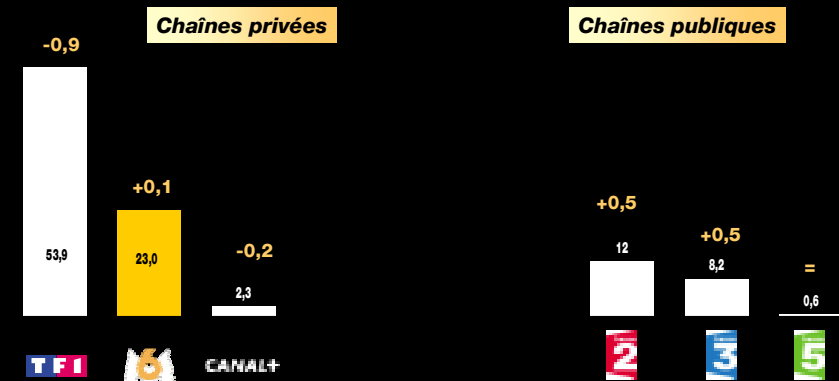
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE NET



LA PUBLICITÉ

M6 CONTINUE SA PROGRESSION

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ PUBLICITAIRES EN BRUT (EN %)

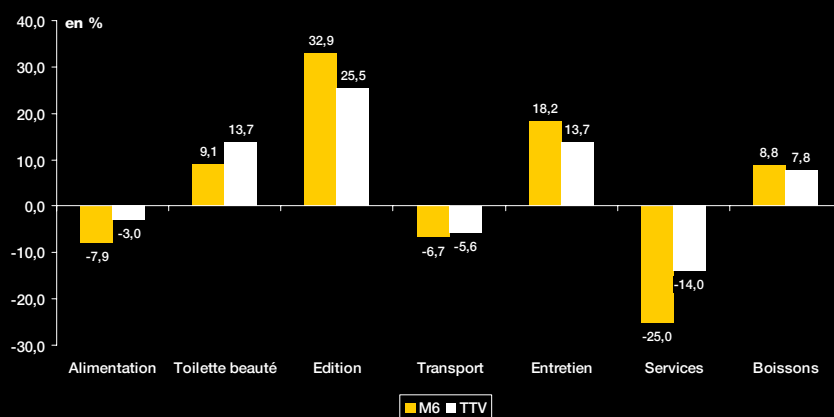


Source Secodip - Cumul au 1^{er} sept. 2002



LA PUBLICITÉ

ÉVOLUTION EN BRUT POUR LES PRINCIPAUX SECTEURS

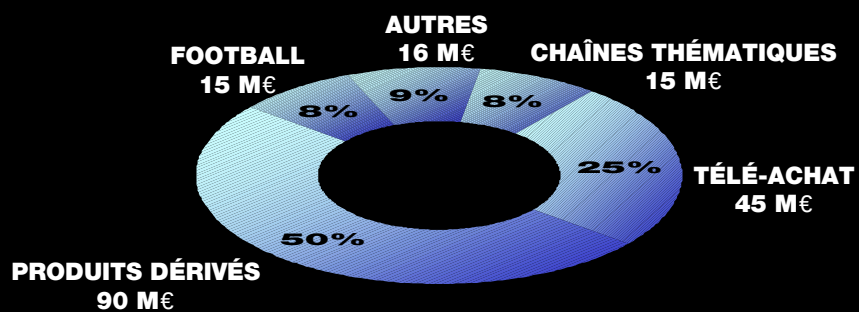


Source Secodip janv/juillet 2002



LA PUBLICITÉ

DIVERSIFICATION : NOUVEAU SEMESTRE EXCEPTIONNEL



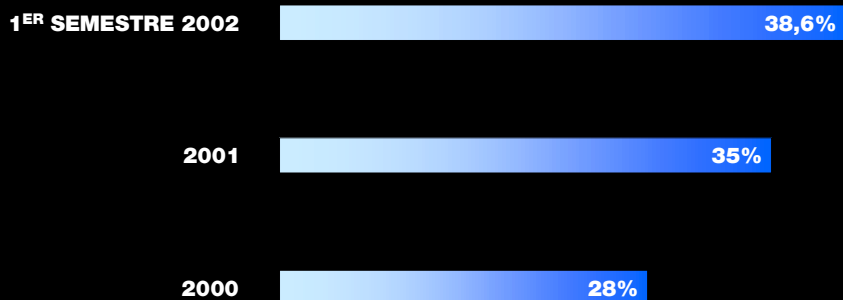
CA : 181 M€ SOIT +45,8% vs 1^{ER} SEMESTRE 2001



LES DIVERSIFICATIONS

CONTRIBUTION DES DIVERSIFICATIONS AU C.A. (EN %) EN FORTE PROGRESSION

e l o p = q m p = C = o q i = p e l m



LES DIVERSIFICATIONS

PRODUITS DÉRIVÉS : PERFORMANCES EXCEPTIONNELLES

11 MILLIONS DE PRODUITS VENDUS

DÉVELOPPEMENT EXCEPTIONNEL DU DISQUE

POURSUITE DE LA PROGRESSION DES PUBLICATIONS

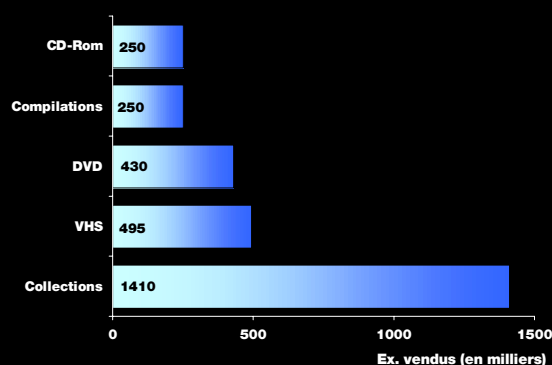
LANCEMENT RÉUSSI DES COLLECTIONS «BELMONDO» & «E=M6»



LES DIVERSIFICATIONS

PUBLICATIONS : PRÈS DE 3 MILLIONS D'EXEMPLAIRES

Percée remarquable des collections
=> 3 fois plus de publications vendues vs 1^{er} semestre 2001



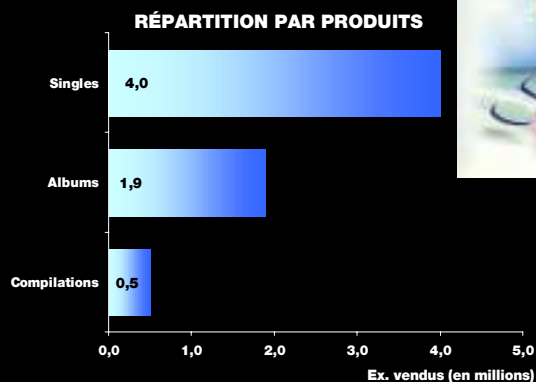
Jusqu'au 27 août 2002



LES DIVERSIFICATIONS

DISQUES : PLUS DE 6 MILLIONS D'EXEMPLAIRES VENDUS

1^{er} label sur le marché des singles



Jusqu'au 27 août 2002



LES DIVERSIFICATIONS

TÉLÉ-ACHAT

PROGRESSION SIGNIFICATIVE DU CA : +7,5%

DEPUIS LE 19 AOÛT 2002 : 700 000 FOYERS BELGES FRANCOPHONES

ALLEMAGNE DEPUIS 2001 : 20% DE CAPITAL DE RTL SHOP

PARC FRANÇAIS : 700 000 CLIENTS ACTIFS

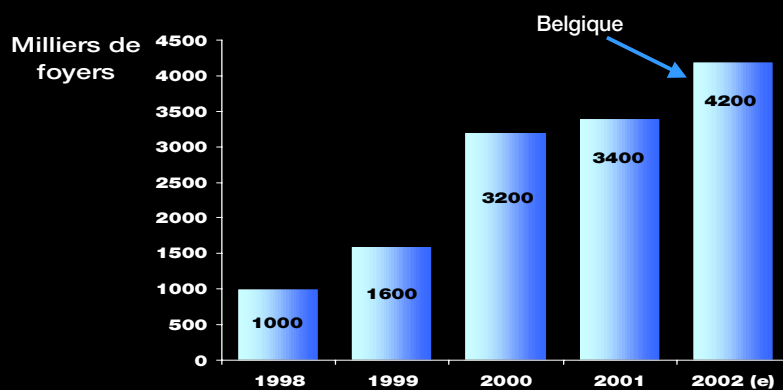
NOUVELLE ÉMISSION DE RENTRÉE À L'ANTENNE SUR LES VOYAGES : E COMME ENVIES



LES DIVERSIFICATIONS

UNE PROPOSITION TV NÉCESSAIRE : DANS LES 10 CHÂÎNES THÉMATIQUES LES PLUS DIFFUSÉES

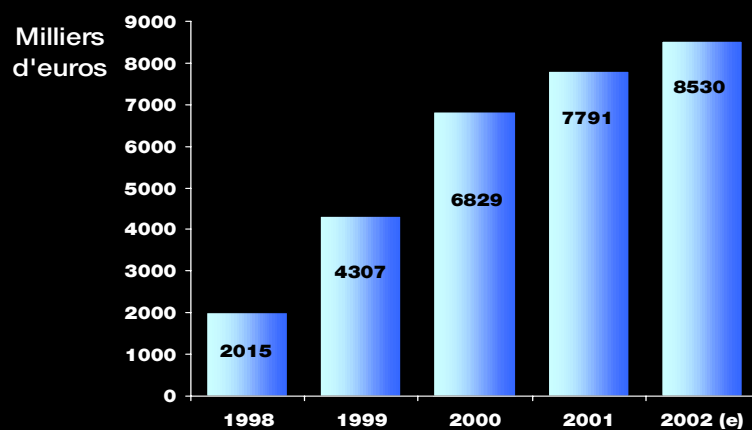
DIFFUSION CLUB TÉLÉACHAT



LES DIVERSIFICATIONS

UNE CROISSANCE CONTINUE

CHIFFRE D'AFFAIRES CLUB TÉLÉACHAT



LES DIVERSIFICATIONS

FOOTBALL : LES GIRONDINS DE BORDEAUX

Une équipe offensive qui ambitionne le titre

⇒ DEPUIS DÉCEMBRE 2001, M6 DÉTIENT 99% DU CLUB

⇒ VAINQUEUR DE LA COUPE DE LA LIGUE EN 2002

⇒ QUALIFIÉ POUR LA COUPE DE L'UEFA 2002/2003

⇒ DE NOUVELLES RECRUES DE CHOC POUR LA NOUVELLE SAISON :
Jean-Claude Darcheville (attaquant), Marco Caneira (défenseur)
et Savio (milieu offensif).



LES DIVERSIFICATIONS

TÉLÉ NUMÉRIQUE

CHAÎNES THÉMATIQUES

TPS



CÂBLE & SATELLITE

LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

Cinq chaînes qui confirment leur succès



La plus féminine des grandes chaînes (public composé à 62% de femmes), au top 5 des chaînes thématiques les plus regardées par les ménagères de moins de 50 ans qui la reçoivent.



1^{ère} chaîne musicale auprès des abonnés qui la reçoivent.



1^{ère} chaîne thématique regardée par les 15/24 ans en day time auprès des abonnés qui la reçoivent.



1^{ère} chaîne de séries auprès des moins de 50 ans (univers des chaînes thématiques).



1^{ère} chaîne thématique auprès du public de 4 ans et + sur TPS.

Source Mediacabsat Janv/Juin 2002



CÂBLE & SATELLITE

LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

une nouvelle saison ambitieuse

➔ **TÉVA** : Elargissement de la diffusion à Canal Satellite dès le 10 septembre pour une grille qui fait la part belle aux héroïnes cultes et aux émissions d'actualité.

➔ **M6 MUSIC** : Ouverture d'un nouvel espace pour les jeunes artistes PUR talent et davantage de services interactifs.

➔ **FUN TV** : Le vivier des jeunes talents, la télé la plus interactive et tout en direct lance 10 nouvelles émissions à la rentrée.

➔ **TF6** : Une petite chaîne au franc parler, sans tabou, qui voit grand : rendez-vous cinéma, séries exclusives, magazines et divertissements dédiés aux jeunes adultes...

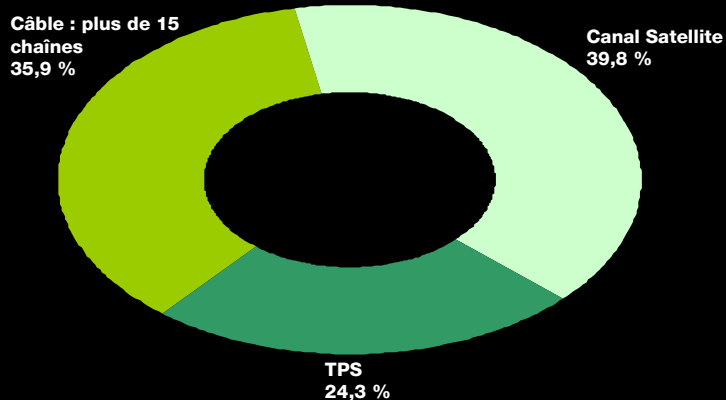
➔ **SÉRIE CLUB** : La chaîne de référence en matière de séries : inédites, récentes, classiques, en VF ou VOST... Série Club a mis en place des screenings qui permettent aux téléspectateurs de choisir les programmes de la saison suivante.



CÂBLE & SATELLITE

LA TÉLÉ NUMÉRIQUE

Abonnés au satellite et au câble en France : 23% de la population française



Source Mediacabsat Janv/Juin 2002



CÂBLE & SATELLITE

TPS : EN PROGRESSION CONTINUE

**M6 : 34% DE TPS AVEC L'ACQUISITION EN COURS
DE 9% DU CAPITAL DE TPS**

**À FIN JUIN 2002 : ➤ 1 125 000 ABONNÉS AU SATELLITE
➤ 260 000 ABONNÉS AU CÂBLE**

**RÉSULTATS CONFORMES AUX OBJECTIFS DE RECRUTEMENT
ET DE FIDÉLISATION**

**PRIX DE REVIENT PAR ABONNÉ POUR M6 DEPUIS LA CRÉATION
DE TPS : 235 €**



CÂBLE & SATELLITE

ABONNEMENTS : SITUATION AU 30/06/02



1 385 000 abonnés à TPS

⇒ Dont 1 125 000 abonnés satellite
108 000 abonnés recrutés, soit 39% de Pdm

⇒ Dont 260 000 abonnés à TPS Cinéma sur le câble

CA : 250 M€ (+13%)
Résultat avt IS : -16 M€ (+63%)

Une satisfaction croissante des abonnés

⇒ Baisse du churn : 10,9% (-0,2 point par rapport au 31/12/01)
⇒ Hausse de la satisfaction des abonnés : 7,2/10*

Un revenu moyen par abonné en croissance

1er semestre 1998 : 31,5 € / mois
1er semestre 2002 : 37,7 € / mois



+20% en 4 ans

* Source Baromètre BVA mars 2002



CÂBLE & SATELLITE

TPS : UNE PLATEFORME EN ROUTE VERS L'ÉQUILIBRE

LES CHIFFRES

	1998	1999	2000	2001	2002
Abonnés moyen (milliers)	445	693	897	1027	1123
Chiffre d'affaires (M€)	173	283	385	457	500
Résultat net avant impôts (M€)	-127	-151	-121	-99	-46

⇒ MAÎTRISE DES COÛTS FIXES

⇒ AMÉLIORATION SENSIBLE DE LA MARGE ABONNÉS

⇒ OBJECTIF DE POINT MORT EN 2003 À 1.250.000 ABONNÉS ENVIRON



CÂBLE & SATELLITE

LES MAJORS RENOUVELLENT LEUR CONFIANCE EN TPS

	STUDIOS	PPV	1ÈRE PAY	2ÈME PAY
MAJORS	PARAMOUNT	TPS	TPS	TPS
	MGM	TPS	TPS	TPS
	BUENA VISTA (DISNEY)	TPS	C+	TPS
	SONY / COLUMBIA	C Sat	C+	TPS
	WARNER	C Sat	C+	C Sat
	FOX	C Sat	C+	C Sat
	UNIVERSAL	C Sat	TPS / C+	Néant
Indépendants	NEW REGENCY	TPS	TPS	TPS
	NEW LINE	C Sat	C+	C Sat / TPS
	MIRAMAX	C Sat	C+	C Sat
	DREAMWORKS	C Sat	C+	C Sat / TPS



CÂBLE & SATELLITE

UN ENGAGEMENT SOLIDE EN FAVEUR DU CINÉMA FRANÇAIS

➔ Des investissements lourds :

de 23 M€ en 2001 à 32M€ en 2002

➔ Des sorties 2002 réussies en pré-achat :

Tanguy, Le Boulet, A la folie pas du tout...

➔ De nouveaux films financés par TPS :

24 heures de la vie d'une femme, Blueberry, Super Ripoux, la Femme piège...



CÂBLE & SATELLITE

UNE OFFRE DE FOOTBALL SANS ÉQUIVALENT

De grandes affiches de Ligue 1 exclusives sur TPS :

- ⇒ 3 août : PSG - AUXERRE
- ⇒ 10 août : MONACO - MARSEILLE
- ⇒ 17 août : SEDAN - LENS
- ⇒ 24 août : RENNES - MARSEILLE
- ⇒ 31 août : SOCHAUX - LYON
- ⇒ 11 septembre : LILLE - PSG
- ⇒ 14 septembre : NANTES - LYON
- ⇒ 21 septembre : BORDEAUX - LENS
- ⇒ 28 septembre : MONTPELLIER - PSG



CÂBLE & SATELLITE

TPS PARTENAIRE DURABLE DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

- ⇒ Un contrat sur 5 ans jusqu'au 30 juin 2004
- ⇒ 38 journées, 38 matchs sur TPS STAR et 270 sur SUPERSTADES (ppv)
- ⇒ Un investissement de plus de 50 M€ en saison 5



CÂBLE & SATELLITE

TPS, UNE OFFRE RICHE ET ÉVOLUTIVE



⇒ DES THÉMATIQUES FORTES ET DE NOUVELLES CHAÎNES :

Sailing Channel, Motors TV, Teletoon+1

⇒ DES SERVICES INTERACTIFS GRAND PUBLIC :

- *Août : la nouvelle gamme de paris du PMU Direct (exclusivité)*
- *Fin 2002 : Pages blanches, Pages Jaunes, Annuaire inversé (exclusivité)*



CÂBLE & SATELLITE

CHIFFRE D'AFFAIRES 1^{ER} SEMESTRE 2002

⇒ Hausse : 7,7 % à périmètre constant

⇒ Baisse limitée de 1,8 % du chiffre d'affaires publicitaire grâce à un 2^{ème} trimestre en croissance à +2,6 %.

⇒ Chiffre d'affaires doublé pour M6 Interactions (excellentes performances sur la musique notamment).

⇒ Croissance du téléachat. Le total de ces 2 activités représente un chiffre d'affaires supérieur à 135 M€.



CHIFFRES

STRUCTURE FINANCIÈRE

⇒ TRÉSORERIE : 233,3 M€

⇒ AUCUNE DETTE FINANCIÈRE



CHIFFRES

CHIFFRES-CLÉS

	EN M€	Juin 2002	Juin 2001	
Chiffre d'affaires consolidé		468,9	417,4	+12,3%
Résultat net avant cession Série Club		66,0	62,4	+5,8%
Résultat net après cession Série Club *		66,0	80,2	-17,7%
EBIT hors TPS		103,1	118,8	-13,2%
Résultat courant net avec TPS		69,1	74,1	-6,7%
Free cash flow		58,1	61,7	-5,8%
EBIT hors TPS / CA		22,0%	28,5%	
ROCE		21,3%	24,7%	

* Cession de 50% de Série Club à TF1



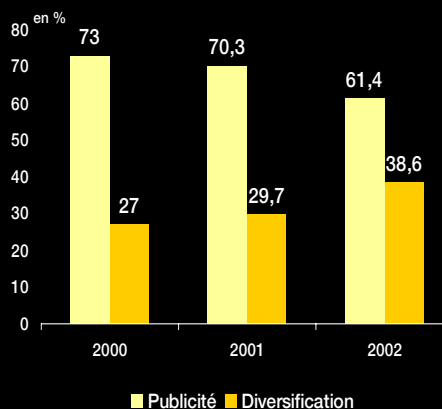
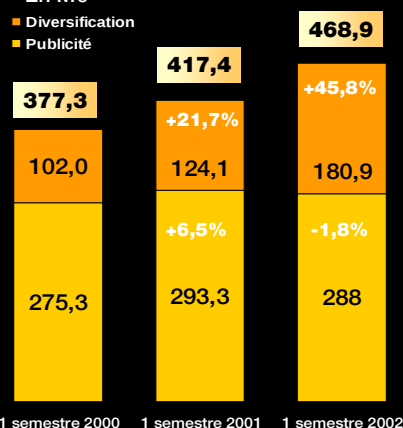
CHIFFRES

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

1^{ER} SEMESTRE 2002

En M€

■ Diversification
■ Publicité



CHIFFRES

RÉSULTATS CONSOLIDÉS ANALYTIQUES

en M€

juin-02

juin-01

02/01

CA Publicité de la chaîne	+295,0	+297,6	-0,9%
Coût de la régie	-24,3	-24,5	
Taxes et droits d'auteurs	-28,2	-29,0	
Diffusion	-17,2	-17,2	
Recettes nettes diffuseur	+225,3	+226,8	-0,7%
Coût de la grille	-109,6	-101,2	+8,4%
Marge brute de la grille	+115,7	+125,7	-7,9%
Recettes diverses (dont M6 Pub)	+18,6	+22,6	
Autres charges d'exploitation	-24,9	-22,2	
Résultat d'exploitation des diversifications	-1,3	+0,1	
Amortissements	-1,1	-1,3	
QP de 25% sur Résultat d'exploitation de TPS	-2,4	-8,3	
Résultat d'Exploitation Consolidé avec TPS	+104,6	+116,6	-10,3%



CHIFFRES

RÉSULTATS CONSOLIDÉS ANALYTIQUES (suite)

en M€	juin-02	juin-01	02/01
Résultat financier	+2,4	+3,2	
QP de 25% sur Résultat financier de TPS	-1,8	-2,3	
Résultat Financier Consolidé avec TPS	+0,6	+0,9	-27,6%
Résultat courant consolidé avant impôt avec TPS	+105,2	+117,5	-10,4%
Résultat courant consolidé net avec TPS	+69,1	+74,1	-6,7%
Société mise en équivalence (hors TPS)	-1,6	-2,9	
Résultat exceptionnel	-1,7	+15,3	
QP de 25% sur Résultat exceptionnel de TPS	+0,2	-0,1	
Résultat Exceptionnel Consolidé avant impôt avec TPS	-1,5	+15,2	
Résultat Exceptionnel Consolidé net avec TPS	-0,2	+12,2	-102,0%
Amortissements Goodwill	-1,8	-3,3	
Résultat hors groupe	+0,5	+0,1	
RESULTAT NET M6	+66,0	+80,2	-17,7%
RESULTAT NET M6 retraité de la + value Série Club	+66,0	+62,4	+5,8%



CHIFFRES

COÛT DE LA GRILLE

en M€	juin-02	juin-01	%
Fiction	50,0	48,0	+4,1%
Magazines et Musique	51,2	44,3	+15,5%
Information et décrochages	8,4	8,8	-0,4%
Total	109,6	101,2	+8,4%



CHIFFRES

ÉVOLUTION DE LA MARGE BRUTE DE LA GRILLE

en M€	2 000	juin-01	2 001	juin-02
Recettes nettes diffuseur	411,7	226,8	421,9	225,3
Coût de la grille	187,4	101,2	205,9	109,6
Marge brute de la grille	224,3	125,7	215,9	115,7
Marge brute en %	54,5%	55,4%	51,2%	51,3%



CHIFFRES

VOLUME D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

en M€	juin-02	juin-01	%
Télévision gratuite	293,7	303,2	-3,1%
Développement autour de la marque	150,3	112,7	33,4%
Télévision payante	80,9	76,3	6,0%
Internet	6,5	6	8,7%
Volume d'activité total	531,4	498,2	6,7%



CHIFFRES

CONTRIBUTION DES FILIALES AU CA CONSOLIDÉ

en M€	juin-02	juin-01	%
Métropole Télévision	289,5	294,4	(1,7)
M6 Publicité	1,3	4,7	(72,3)
M6 Droits Audiovisuels	1,4	1,4	0,0
Métropole Prod.	1,2	1,9	(36,8)
Autres	0,3	0,7	(57,1)
Total Télévision Gratuite	293,7	303,2	(3,1)
M6 Interactions	85,5	45,1	89,6
HSS	45,4	42,3	7,3
Girondins de Bordeaux	15,0	-	N/A
SND	4,4	-	N/A
Total Développement Autour de la Marque	150,3	87,4	72,0
Téva	4,5	5,4	(16,7)
Fun TV	3,8	3,3	15,2
TCM	3,3	3,8	(13,2)
TF6	2,6	2,4	8,3
Série Club	2,3	3,5	(34,3)
M6 Music	1,9	2,2	(13,6)
Total Télévision Payante	18,4	20,8	(11,5)
Total Internet - M6 Web	6,5	6,0	8,3
TOTAL	468,9	417,4	12,3



CHIFFRES

CONTRIBUTION DES FILIALES AU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

en M€	juin-02	juin-01	%
Métropole Télévision	66,4	61,5	8,0
M6 Publicité	10,6	12,7	(16,5)
M6 Droits Audiovisuels	-5,6	0,1	
M6 Films	-0,9	-1,0	
Autres	-0,2	0,1	
Total Télévision Gratuite	70,3	73,4	(4,2)
M6 Interactions, SND, HSS	8,2	6,0	36,7
RTL Shop	-1,6	-2,3	30,4
Girondins de Bordeaux	-5,2	-	
Goodwill	-0,6	-0,6	
Total Développement Autour de la Marque	0,8	3,1	(74,2)



CHIFFRES

CONTRIBUTION DES FILIALES AU RÉSULTAT CONSOLIDÉ

en M€	juin-02	juin-01	%
Chaînes Thématiques	-0,8	3,7	(121,7)
Plus-value Série Club	-	17,8	
M6 Numérique	-0,6	-1,0	
TPS / TCM	-2,5	-8,8	71,6
Goodwill	-1,2	-1,1	
Total Télévision Payante	-5,1	10,6	(148,2)
Total Internet - M6 Web	0,0	-6,9	
Total filiales	-0,4	18,7	(102,2)
Métropole Télévision	66,4	61,5	8,0
Résultat net	66,0	80,2	(17,7)
Résultat net retraité de la + Value Série Club	66,0	62,4	5,8



CHIFFRES

BILAN : ACTIF

en M€	juin-02	juin-01	%
Ecart d'acquisition	22,1	23,5	(6,0)
Immobilisations incorporelles	71,0	108,3	(34,4)
Immobilisations corporelles	65,7	64,9	1,2
Immobilisations financières	62,8	71,6	(12,3)
ACTIF IMMOBILISE	221,6	268,4	(17,4)
Stocks	218,3	154,2	41,6
Créances et comptes de régularisation	391,1	339,8	15,1
Trésorerie	233,3	162,5	43,6
ACTIF CIRCULANT	842,7	656,5	28,4
Impôts différés	30,2	19,9	51,8
TOTAL ACTIF	1 094,5	944,9	15,8
dont actions propres	72,4	77,9	



CHIFFRES

BILAN : PASSIF

en M€	juin-02	juin-01	%
Capitaux propres	316,5	288,6	9,7
Subventions d'investissement	1,0	1,4	(28,6)
FONDS PROPRES	317,5	289,9	9,5
Intérêts minoritaires	0,1	2,0	N/A
Provisions pour risques et charges	191,3	155,9	22,7
Dettes d'exploitation et diverses	574,6	496,3	15,8
Impôts différés	11,0	0,7	N/A
TOTAL PASSIF	1 094,5	944,9	15,8



CHIFFRES

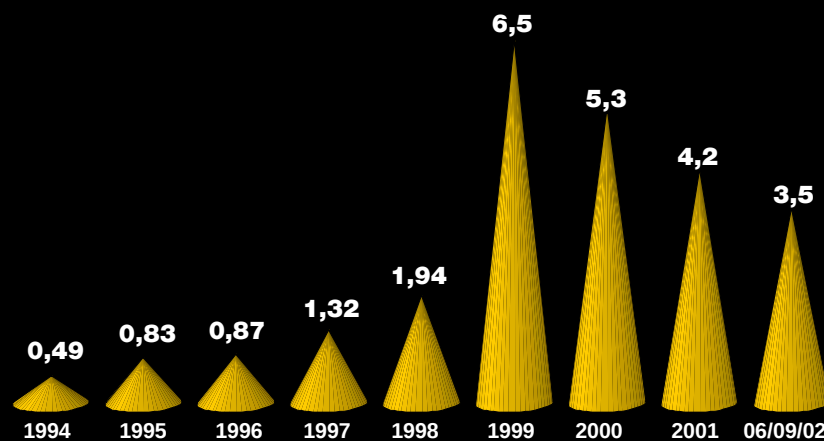
TABEAU DE FINANCEMENT

en M€	juin-02	juin-01
FREE CASH FLOW	58,1	61,7
FLUX DE TRÉSORERIE DE FINANCEMENT	-73,1	-65,2
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	-15,0	-3,5
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	233,3	162,5
. dont actions propres	72,4	77,9



CHIFFRES

ÉVOLUTION DE LA CAPITALISATION BOURSIÈRE EN MDS D'€



CHIFFRES

MÉTROPOLE TÉLÉVISION

89, avenue Charles de Gaulle
92575 Neuilly-sur-Seine cedex
T/ 01 41 92 66 66 F/ 01 41 92 66 10
ÜííéWLL ÿ ÿ K ã SKñé

DIRECTION DE LA COMMUNICATION

T/ 01 41 92 66 61
F/ 01 41 92 66 79
ÉJ ã ~ää=||= ã ã áÖääçê~íá J ã SKñé

DIRECTION FINANCIÈRE

T/ 01 41 92 64 21
F/ 01 41 92 64 59
ÉJ ã ~ää=||=éòÉÖÉêë J ã SKñé



COORDONNÉES