



2

2003 : une année de forte croissance

Audiences

- Seule grande chaîne à progresser en prime time
- 2^{ème} chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans

Publicité

- +3,3% du chiffre d'affaires net

Programmes

- Poursuite de l'innovation
- 25 nouveaux programmes (magazines et divertissements)
- Création de deux filiales de production interne (W9 & Studio 89 productions)

**Vue générale
du groupe**

La télévision hertzienne

TV Numérique : Chaînes thématiques & TPS

- ➔ Une exploitation à l'équilibre des chaînes du groupe
- ➔ Un enrichissement des contenus
- ➔ Une distribution élargie



Vue générale
du groupe

La télévision numérique



Autres diversifications



M6 Interactions

- ➔ Forte croissance : +34%

M6 Web

- ➔ Forte rentabilité
- ➔ Recentrage réussi sur les contenus de programmes

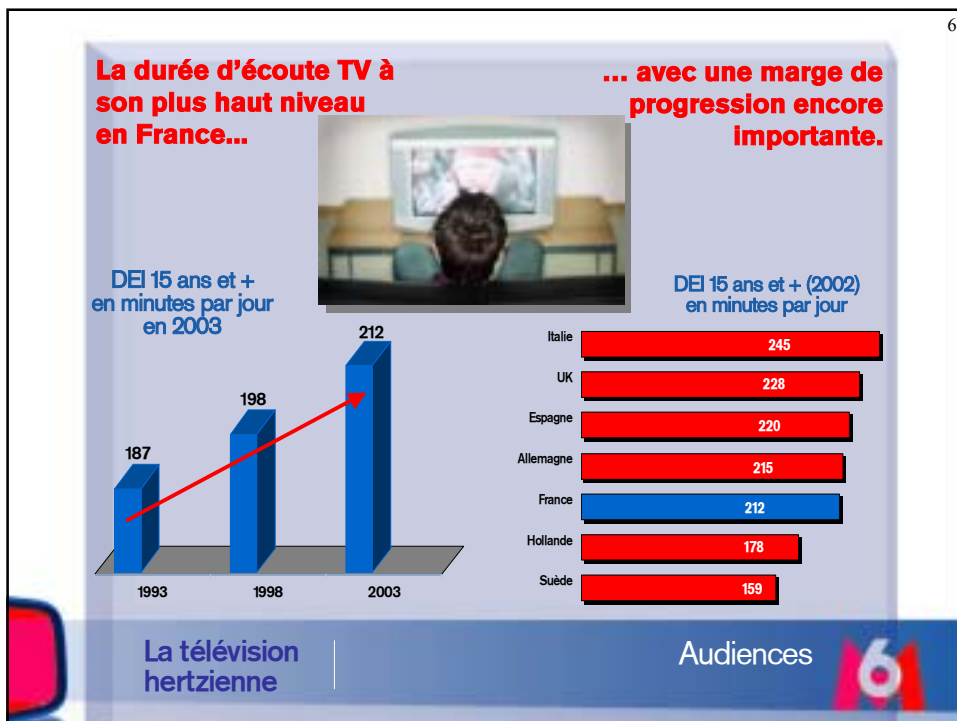
Téléachat

- ➔ Un relais de croissance en Europe

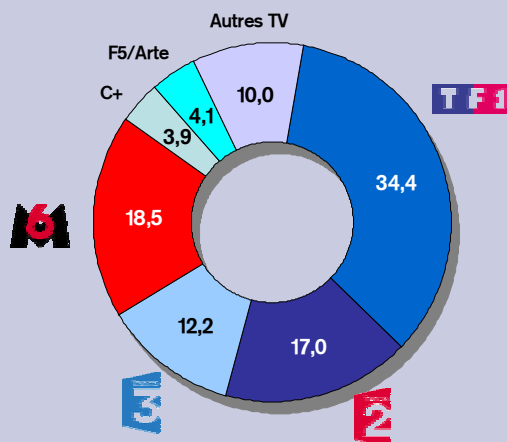
Vue générale
du groupe

Autres diversifications





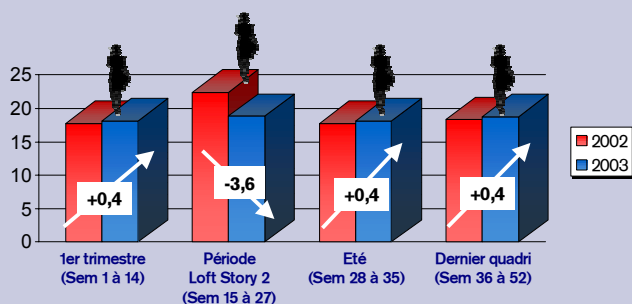
M6 confirme sa deuxième place pour la 3^{ème} année consécutive



La télévision
hertzienne

Part d'audience 2003
ménagère de moins de 50 ans

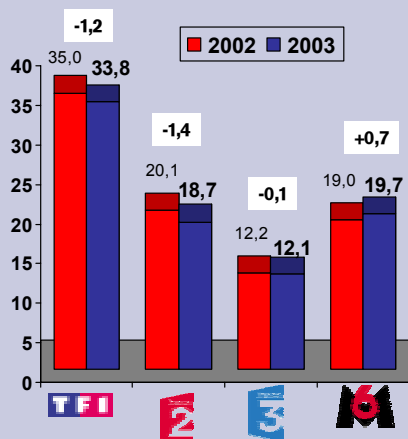
M6 progresse en 2003 sur toutes les périodes de l'année hors celle de la diffusion de Loft Story (2002)



La télévision
hertzienne

Progression de la part d'audience
mén. moins de 50 ans / trimestre

M6 est la seule grande chaîne à progresser en prime time



Prime time : 20h55 / 22h40
Source Médiamétrie - Médiamat



La télévision
hertzienne

Audiences de prime time
part d'audience ménagères moins de 50 ans



Un investissement rentable dans le programme

25 nouvelles émissions en 2003 vs 14 en 2002

Des efforts récompensés sur les cibles de M6 (féminines et jeunes)



	Millions	mén<50	15/24
➡ Bachelor, le gentleman célibataire (sais.1)	3,5	27,7%	32,9%
➡ Caméra Café, ça va déchirer ce soir	5,5	34,7%	46,4%
➡ Le grand classement (Samedi)	4,1	38,5%	35,6%
➡ Affaires de famille	4,3	28,9%	29,1%

La télévision
hertzienne

Programmes
Une année de nouveautés



Des standards toujours en progression

	Millions	4 ans+	mén<50
➔ Zone Interdite + 300 000	4,1	17,9%	20,5%
➔ Capital + 200 000	4,3	18,9%	20,9%
➔ Secrets d'actualité + 200 000	1,9	21,5%	24,3%



Guy Lagache

La télévision
hertzienne

Programmes
Des «standards» compétitifs

50% des meilleures audiences 2003 sont des productions M6

	FILM. INDIANA JONES ET LA DERNIERE CROISADE	05/05/03	6,3
	FILM. INDIANA JONES ET LE TEMPLE MAUDIT	21/04/03	6,2
	VARIE. CAMERA CAFE CA VA DECHIRER CE SOIR	09/12/03	5,5
	MAGAZ. ZONE INTERDITE 2003 STOP A LA VIOLENCE ROUTIERE	05/01/03	5,4
	MAGAZ. CAPITAL FRAUDES COMBINES...	12/10/03	5,4
	FILM. SCENES DE CRIMES	03/02/03	5,2
	FILM. LES AVENTURIERS DE L'ARCHE PERDUE	14/04/03	5,2
	FILM. LE 13EME GUERRIER	26/05/03	4,7
	LA SAGA DES GADINS	10/11/03	4,6
	JEU. ABSOLUMENT 70 12EME PARTIE	14/02/03	4,6
	FILM. DOUBLE JEU	19/05/03	4,5
	DOCUM. SUR LA TRACE DES DINOSAURES	16/12/03	4,5
	DOCUM. LIVING WITH MICHAEL JACKSON	25/02/03	4,5
	DA. ASTERIX ET LA SURPRISE DE CESAR	23/12/03	4,5
	FILM. WILL HUNTING	24/11/03	4,4
	VARIE. LE GRAND CLASSEMENT LES CHANTEUSES DU SIECLE	15/11/03	4,4
	JEU. BACHELOR LE GENTLEMAN CELIBATAIRE LA DERNIERE ROSE	25/06/03	4,4
	MAGAZ. AFFAIRES DE FAMILLE MES PARENTS REFUSENT MA VIE AMOUREUSE	21/10/03	4,4
	JEU. CULTURE GENERALE LE GRAND TEST	28/04/03	4,3
	LA TRILOGIE DU SAMEDI: SERIE. SMALLVILLE	10/05/03	4,3

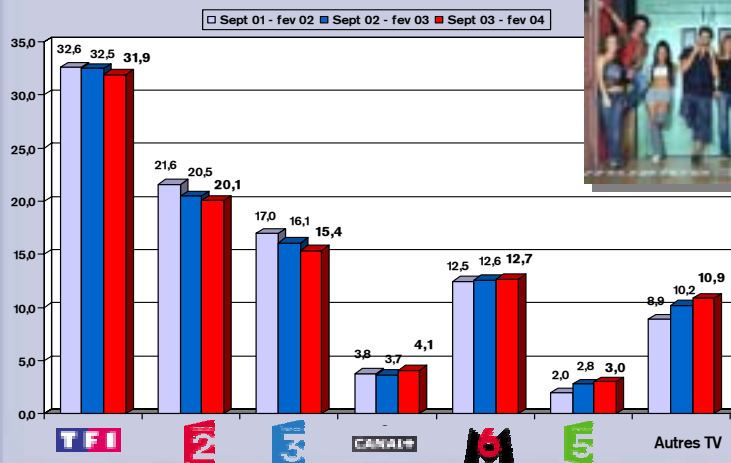
: Production M6

Une seule édition par format - durée > 15 minutes

La télévision
hertzienne

Programmes
Classement des 20 meilleures
audiences 2003

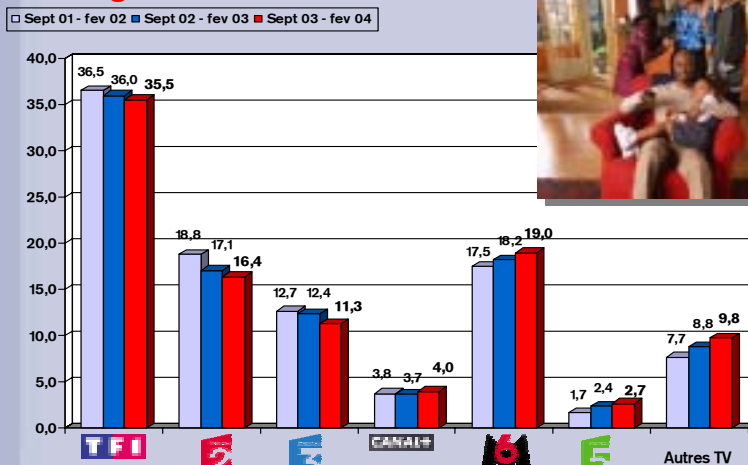
M6, une rentrée réussie sur le public des 4 ans et +



La télévision
hertziennne

Performances des chaînes par saison
septembre 2003 / février 2004 (semaine 36 à 10)

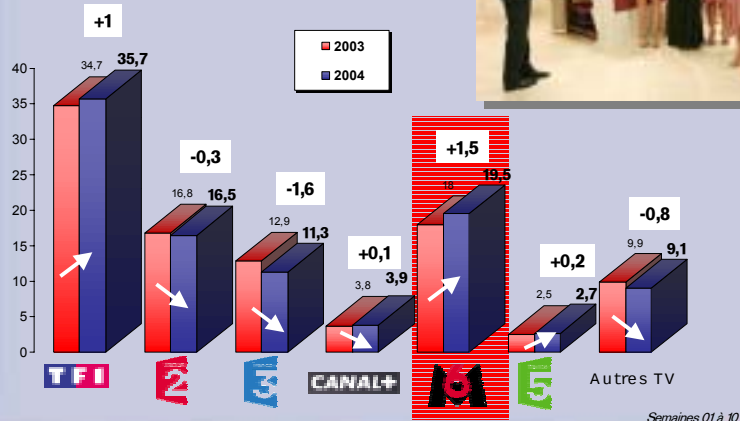
Une rentrée réussie auprès du public des ménagères de moins de 50 ans



La télévision
hertziennne

Performances des chaînes par saison
Période septembre-février (sem. 36 à 10)

Un excellent début d'année



La télévision
hertzienne

Janvier - Février 2004, la plus forte
progression auprès
des ménagères de moins de 50 ans

Evolution de la grille des soirées

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1990	Films	Fictions	Fictions	Films Fictions	Fictions	Fictions	Fictions
1995	Films	Fictions	Fictions Fictions françaises	Films	Fictions	Séries	Magazines Information
2001	Films	Magazines Documentaires	Fictions Fictions françaises	Films Télé réalité	Fictions Divertissements	Séries	Magazines Information
2004	Films Evénements	Magazines Documentaires	Fictions Françaises Divertissements	Télé réalité Divertissements	Divertissements	Séries Divertissements	Magazines Information

Programme produit ou coproduit par M6

Acquisitions

La télévision
hertzienne

Janvier - Février 2004, la plus forte
progression auprès
des ménagères de moins de 50 ans

2004 : les programmes M6 au top

	MAGAZ.CAPITAL / DESTINATION DE REVE	04/01/04	5,2
	MAGAZ.ZONE INTERDITE / LES POMPIERS DE L'EXTREME	11/01/04	5,0
	FILM.ROBIN	02/02/04	4,9
	FILM.JACKIE CHAN DANS LE BRONX	16/02/04	4,9
	MAGAZ.CAPITAL. LES LIEUX SECRETS DU COMMERCE	01/02/04	4,9
	DA.ASTERIX ET LES INDIENS	29/12/03	4,7
	JEU.BACHELOR LE GENTLEMAN CELIBATAIRE / LA DERNIERE ROSE	26/02/04	4,6
	JEU.PERMIS DE CONDUIRE LE GRAND TEST	23/02/04	4,5
	JEU.NOUELLE STAR (Ep. 1)	11/02/04	4,4
	JEU.NOUELLE STAR (Ep. 3)	25/02/04	4,4
	VARIE.HITS DE DIAMANT / 2ème partie	13/02/04	4,4
	LA SAGA DES GAFFES	02/01/04	4,3
	FILM.SHANGHAI KID	01/03/04	4,3
	DOCUM.ON A ECHANGE NOS MAMANS	03/02/04	4,2
	FILM.COYOTE GIRLS	09/02/04	4,2
	MAGAZ.ZONE INTERDITE / ADOS JEUNES ADULTES JE QUITTE MES PARENTS	08/02/04	4,1
	JEU.NOUELLE STAR (Ep. 2)	18/02/04	4,1
	VARIE.HITS DE DIAMANT / 1ère partie	06/02/04	4,1
	DOCUM.ON A ECHANGE NOS MAMANS	13/01/04	3,9
	DOCUM.MA VIE AUX URGENCES (Ep. 3)	24/02/04	3,9



 : Production ou coproduction M6

Meilleure audience du « 6 minutes » : 4,4 millions de téléspectateurs.
Meilleure audience de « Ma famille d'abord » : 4,2 millions de téléspectateurs

La télévision
hertzienne

Janvier-Février 2004
Classement des meilleures audiences



On a échangé nos mamans



Un, dos, tres



Nouvelle star



Permis de conduire : le grand test

**Au premier
semestre 2004 :**



Bachelor saison 2



Deux nouveaux divertissements :

- ♦ Les colocataires
- ♦ Le chantier



La saga des gadins

La télévision
hertzienne

Les nouveaux programmes 2004



2003, un coût de grille maîtrisé

EVOLUTION DU COÛT DE GRILLE PAR GENRE 2003 / 2002			
(en M€)	2003	2002	VAR.
FICTION	110,9	111,5	-0.1%
MAGAZINES ET DIVERTISSEMENTS	110,0	94,2	+16,7%
INFORMATION ET DECROCHAGES	16,4	17,0	-0.3%
TOTAL	237,3	222,7	+6,5%

La télévision
hertzienne

Coût de grille
en ligne avec les objectifs



20

Février 2003 : 2 nouvelles filiales de production 100% M6

**studio
quatrevingtneuf
productions**

Des productions pour toutes les
chaînes du groupe :

- ➡ M6 : C'est pas trop tôt, Tubissimo, Duels de Star, la météo
- ➡ Chaînes Thématiques : les dossiers de Téva, Pur Doc pour M6 Music, le Hit TF6

*700 heures de programmes
diffusées en 2003*



La télévision
hertzienne

Programmes



W9 : des programmes à succès

Emission	millions	Mén<50 ans	15/24 ans
Jumeaux, l'expérience inédite	4,0	24,6%	27,0%
Bachelor 1 (8 épisodes)	3,5	27,7%	32,9%
Bachelor 2 (8 épisodes)	3,7	25,8%	37,6%
Les grands classements (2 émissions)	4,1	38,5%	35,6%
Le grand zap (6 émissions)	3,1	20,2%	29,7%
Soirée vérité : Michael Jackson	4,3	30,9%	37,5%



La télévision
hertzienne

W9



M6 en 2003 : 6 coproductions en tête du box office du cinéma français (nombre d'entrées)

- ➔ 4^{ème} : La Beuze 1 980 000
- ➔ 9^{ème} : Rire et Châtiment 1 140 000
- ➔ 11^{ème} : Le Coût de la vie 1 110 000
- ➔ 12^{ème} : Jeux d'enfants 1 100 000
- ➔ 15^{ème} : Mauvais Esprit 1 100 000
- ➔ 20^{ème} : Gomez et Tavaréz 900 000



La télévision
hertzienne

Cinéma
2003 : une année performante



M6 Films en 2004 : les deux premiers succès du box-office français

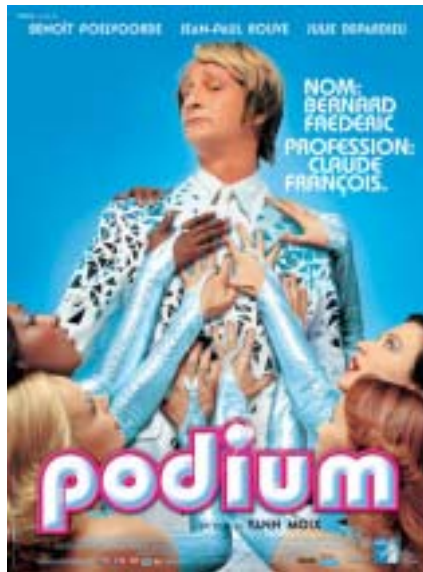
- ➡ **Podium** :
2 600 000 entrées (sortie le 11 février)
- ➡ **Les 11 commandements** :
2 500 000 entrées (sortie le 04 février)
- ➡ **Sorties au premier semestre** :



A ton image, Qui perd gagne, Double zéro

(avec Eric & Ramzy),

People Jet set 2 (avec Lambert Wilson, Rupert Everett, José Garcia),...



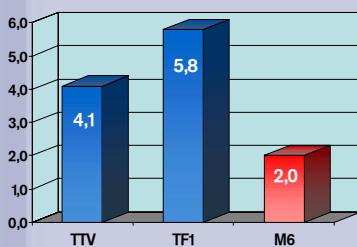
La télévision
hertzienne

Cinéma
2004 : un début d'année performant



Evolution des recettes BRUTES

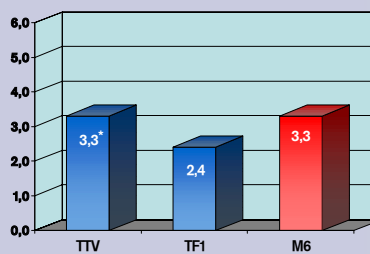
en %



Source : Secodip

Evolution des recettes NETTES

en %



* Estimations : M6 Publicité

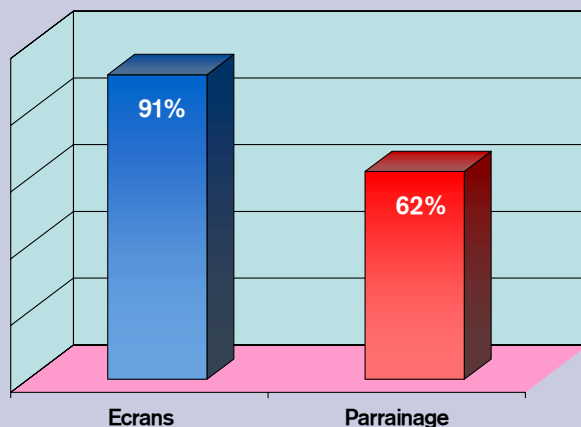
Pour mémoire : La pîge Secodip exclut les parrainages (5,5% des recettes nettes télévision) ; les écrans de France Télévision vendus aux enchères et les écrans vendus en couplage Canal + et Thématisques

La télévision
hertzienne

Publicité
Evolution générale du marché TTV 2003



Une marge de croissance sur les volumes d'espaces publicitaires



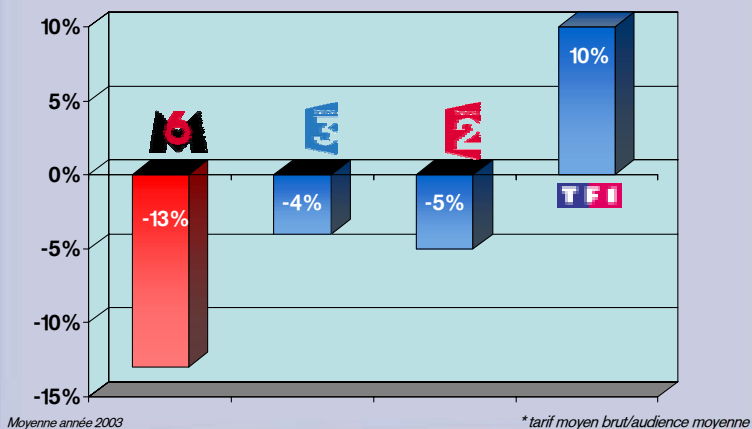
La télévision
hertzienne

Publicité
Taux de remplissage des espaces publicitaires



Un différentiel de prix favorable à la croissance

Ecart* coût GRP mén<50 ans vs moyenne TV



La télévision
hertzienne

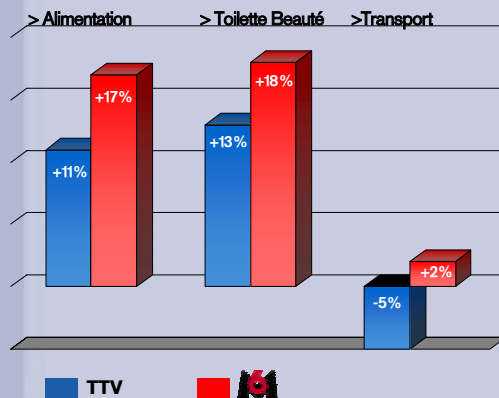
Publicité
Maintien des différentiels de tarif en 2003



M6 progresse plus vite que le marché sur les trois secteurs les plus contributeurs au CA

Evolution des investissements bruts sécodip par secteur en 2003 vs 2002 (en %)

Investissements bruts sécodip par secteur TTV et sur M6 en 2003 vs 2002



1-Alimentation

TTV : 1 325,6 M€
M6 : 300,6 M€
PDM M6 : 22,7% - 2^{ème} rang

2-Toilette-Beauté

TTV : 719 M€
M6 : 181 M€
PDM M6 : 25,2% - 2^{ème} rang

3-Transport

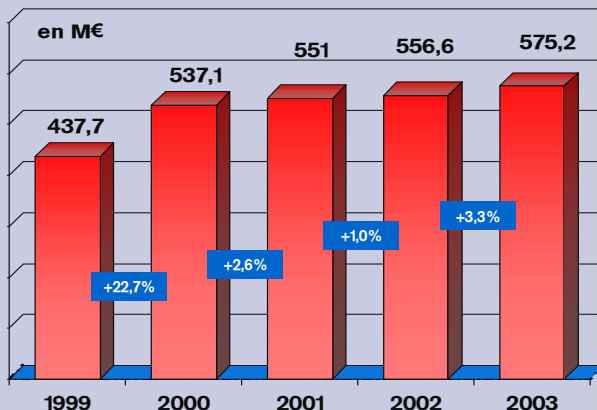
TTV : 396,2 M€
M6 : 59,3 M€
PDM M6 : 15% - 3^{ème} rang

Source: Micromarché/
TNS-Media Intelligence 2003-2002

La télévision hertzienne

La publicité
Evolution sectorielle 2003 vs 2002

M6 a régulièrement augmenté ses revenus publicitaires nets



Source : M6 publicité

La télévision hertzienne

La publicité
Evolution des recettes nettes de M6

2004 : un marché toujours soutenu par la grande consommation

> L'alimentation

Inv TTV: 183,7 M€ en progression sur le début d'année : + 13,1 %

Tendance 2004 sur M6



> Toilette Beauté

Inv TTV: 79,8 M€, en progression sur le début d'année: +18,2 %

Tendance 2004 sur M6



=

> Automobile

Inv TTV: 49,6 M€, investissements stables sur le début d'année: - 0,6%

Tendance 2004 sur M6



=

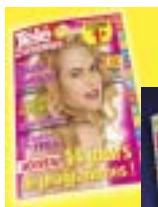
Source : TNS Sécodip
1er janvier-15 février 2004 vs 1er janvier-15 février 2003

La télévision
hertzienne

Publicité
Tendances sectorielles 2004



Presse : M6 au 2ème rang (23.8% pdm)



La Presse

Inv TTV : 13,9 M€

De nouveaux annonceurs en 2004

Annonces TTV : 18 titres de presse

Taux de présence **M6** : 50%

	Inv TTV	PDM M6
Prisma	4.7 M€	30.6 %
Emap	2.7 M€	25.9 %
EPM 2000	1.7 M€	18.8 %



Source : TNS Sécodip: 1er janvier-22 février 2004 vs 1er janvier-22 février 2003

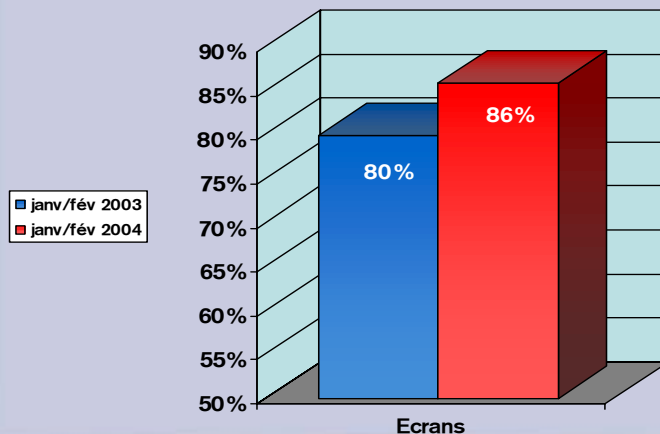
La télévision
hertzienne

Publicité
Tendances sectorielles 2004
La presse



Un début d'année qui confirme le potentiel de croissance

Taux de remplissage des écrans publicitaires : janv. / fév. 2004



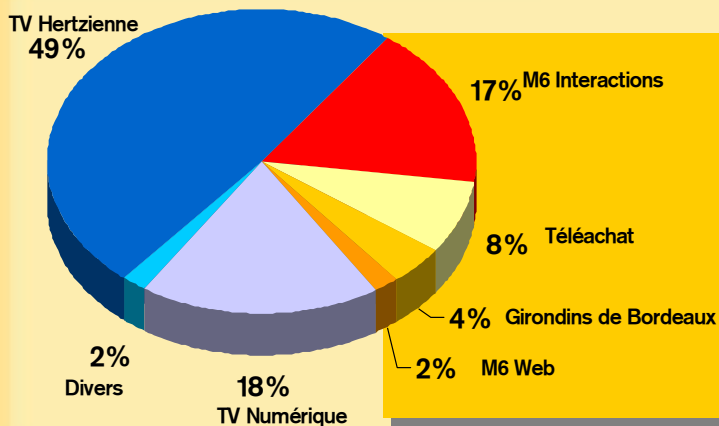
La télévision
hertzienne

Publicité
2004 : poursuite de l'amélioration
du taux de remplissage



- > Produits dérivés
- > Internet & téléphonie
- > Téléachat
- > Foot

Les diversifications



Chiffre d'affaires consolidé : 1 176,9 M€

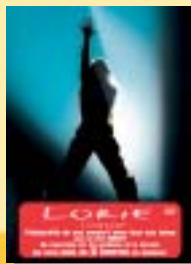
Les
diversifications

Contribution des métiers
au chiffre d'affaires en 2003

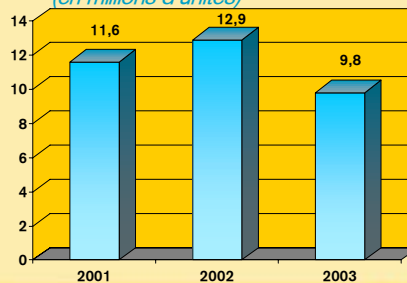


Musique : maintien du leadership dans un marché difficile

- ➔ un marché français en crise (-25% pour les singles et -18% pour les albums).
- ➔ 1er label indépendant sur le marché du single et des compilations
- ➔ 4 singles n°1 du Top en 2003 : A. Brown (635 000 ex), C. Badi, Lorie (644.000 ex), Linkup
- ➔ 2 albums n°1 au Top en 2003 : Lorie Live, Linkup



Evolution des ventes de disques
(en millions d'unités)



Les
diversifications

M6 Interactions - Disques



Une activité "collections" croissante

➔ Collections, DVD, VHS, Jeux Vidéo :
1^{ère} source de revenus 2003 pour M6 Interactions

➔ 4^{ème} éditeur en kiosques (hors quotidiens) derrière Hachette, Prisma et EMAP

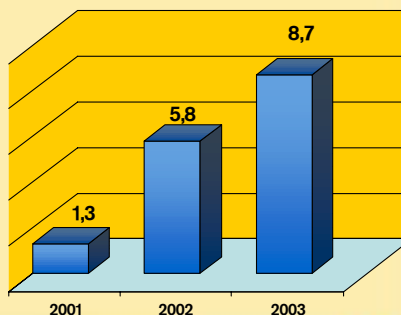


660 000 unités



45 000 exemplaires

Forte progression de l'activité Publications (en millions)



Les diversifications

M6 Interactions
Publications composites



Le dynamisme des magazines

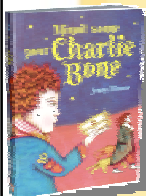
➔ Nouveautés 2003

- Magazine bimensuel Ado "Hit Machine Girl" (lancé en juillet 2003 - 65 000 ex. par numéro)
- Edition littéraire (Caméra Café, le Journal intime d'E. Rimbauer, Charlie Bone)

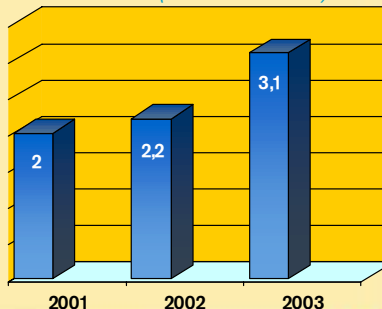


➔ Succès maintenu pour le magazine "Fan 2"

- 310 000 exemplaires / numéro (source OJD - +30% vs 2002)



Volume des ventes Magazines et livres (en millions d'unités)



Les diversifications

M6 Interactions
Magazines et édition



Un pari réussi dans la production de spectacles

Production de spectacles :



- ➡ Autant en emporte le vent
- ➡ Arrête de pleurer Pénélope (3^{ème} année de succès)
- ➡ Carmina Burana

- ➡ Chicago (au Casino de Paris en 2004)
- ➡ Hair (au Palais des Sports en 2004)



Les diversifications

M6 Événements



Autant en emporte le vent



Chiffres clés

Paris : **3 5 0 0 0 0** spectateurs

Au 31 décembre 2003 :



Res Exploitation : + 600 KE

Frais de pré-production amortis

Tournée Province :

1 4 0 0 0 0

Places achetées
à ce jour



Seuil de rentabilité abaissé

Les diversifications

M6 Événements



Activité de l'exploitation des droits audiovisuels en croissance



→ Exploitation de films tous droits (cinéma, TV gratuite et payante, vidéo)

- 7 films exploités en 2003

→ Distribution en salles (SND)

- 4 450 346 entrées en France (+71% vs 2002)
- 15 films à sortir en 2004 (dont Arsène Lupin, People, l'Américain)



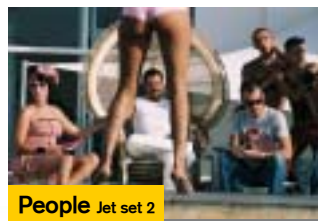
L'américain

→ Forte progression de l'activité vidéo

- 3,3 M d'unités vendues (+135%) dont 80% de DVD
- 40 titres édités dont :



- Gangs of New York (470 000 unités),
- Caméra Café (420 000 unités)
- Gomez et Tavaréz (150 000 unités)



People Jet set 2

Les
diversifications

Cinéma et vidéo



Téléphonie et Internet au cœur des programmes

M6 Web organisée autour de 3 pôles opérationnels

→ Internet

- 3^{ème} site audiovisuel
- 800 000 visiteurs uniques/mois
- 30 millions de vidéos diffusées en 2003

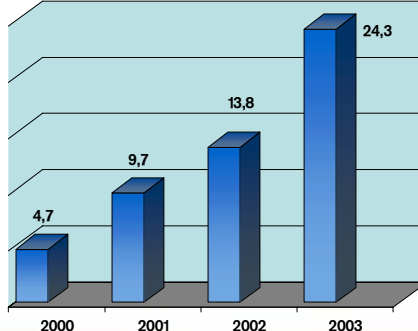
→ Mobilité

- 5^{ème} éditeur : 11% de part de marché

→ Interactivité programmes



Chiffre d'affaires consolidé en M€



Les
diversifications

M6 WEB



Home Shopping Service Leader du téléachat

- **Opérateur de téléachat** : 11 chaînes en France, Belgique et aux Pays-Bas + 1 chaîne 24h/24
- **Éditeur d'un catalogue de VFC** : 1,5 million d'exemplaires en 2003 (prév. : 6 millions en 2004)
- **Actionnaire de RTL Shop (33%)** en Allemagne
- **2 millions de clients actifs**
- **550 heures de programmes** diffusées chaque semaine
- **1 article expédié toutes les 20 secondes**
- **Web** : 5 millions de pages vues par mois sur
- **19 sites** **45% de l'activité globale (+43% vs 2003)**
- **Évolution de la chaîne de 24h** : 8 h de direct quotidien



Les
diversifications

Le téléachat
Un marché dynamique



Les Girondins



➔ Sur le plan sportif

➔ Une politique sportive orientée vers les jeunes du Centre de Formation (vivier de jeunes talents) qui commence à porter ses fruits



Saison	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004 en cours
Championnat de France	4ème	6ème	4ème	9ème
UEFA	(1/8 finale)	(1/16 finale)	(1/16 finale)	(1/8 finale)
Coupe de France	1/16 finale	1/16 finale	1/2 finale	1/16 finale
Coupe de la Ligue	1/8 finale	Vainqueur	1/8 finale	1/8 finale

Les
diversifications

Club des Girondins de Bordeaux



Les Girondins



➔ Anticiper la crise du football français

- ➔ Une exploitation équilibrée du club
- ➔ Une politique d'amortissement accéléré des joueurs



En M€	2002	2003
Produits d'exploitation	51,1	48,3
Résultat d'exploitation hors transfert	-0,5	1,4
Résultat des transferts avant provisions	-7,1	0,5
Amortissement accéléré des joueurs	0,0	-7,5
Résultat Net	-5,8	-6,6

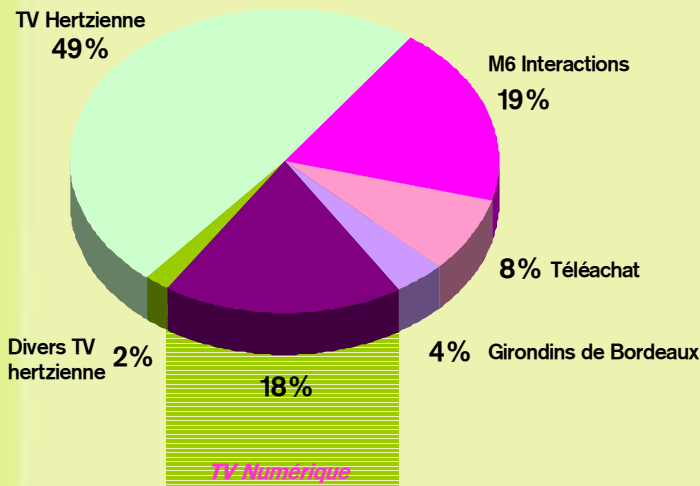
Les
diversifications

Club des Girondins de Bordeaux



La télévision numérique

- > Les chaînes thématiques
- > Le bouquet satellite TPS



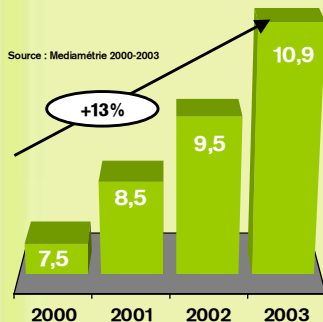
La télévision
numérique

Répartition de l'activité TV numérique



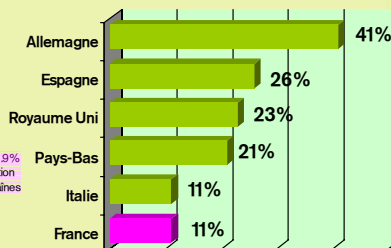
Marché

ÉVOLUTION DE LA PDA "AUTRES TV"
EN FRANCE (%)



(1) par opposition aux chaînes "nationales" ou "historiques". (source : Observatoire Européen de l'Audiovisuel)

PDA "AUTRES TV" EN FRANCE (%)



Source : ACCESS "Guide des chaînes thématiques - février 2004"

La part d'audience de la TV Multichaine progresse de l'ordre de +1 point par an et représente aujourd'hui environ 11% de l'audience TV totale et 34% de l'audience de la population abonnée.

Comparativement aux autres pays, la PDA potentielle du Multichaine est encore importante en France. Au Royaume Uni, la PDA du Multichaine a plus que doublé en 6 ans en passant de 10% en 1996 à plus de 23% en 2003.

La télévision
numérique

L'évolution de la part d'audience
de la TV multichaine

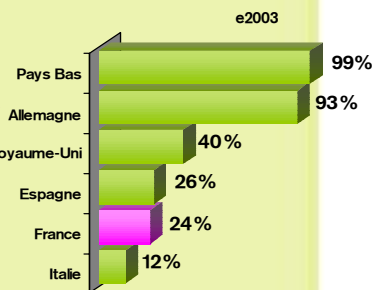
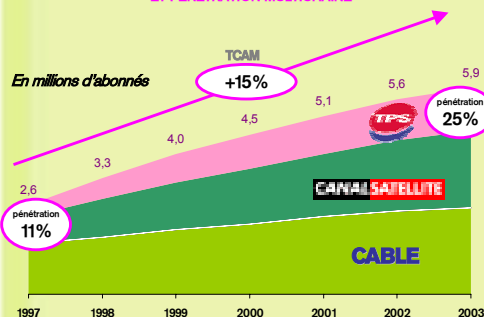


Marché de la distribution câble et satellite

Distribution Multichaine

EVOLUTION DES ABONNES
ET PENETRATION MULTICHAINES

PENETRATION CABLE & SATELLITE



Source : ACCESS "Guide des chaînes thématiques" - février 2004*

1. La croissance du marché de la TV Multichaine est principalement stimulée par le satellite
2. Comparativement aux autres pays, le marché potentiel est encore important en France

La télévision
numérique

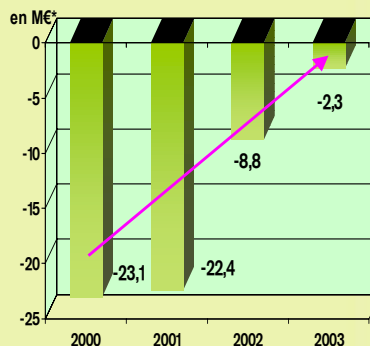
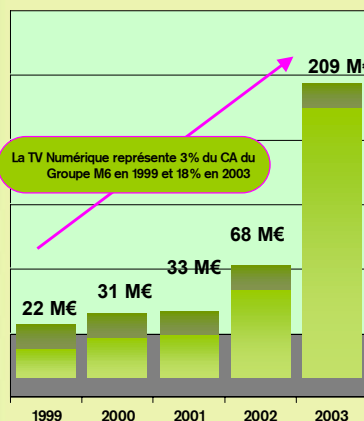
Distribution multichaine



Chiffres clés TV numérique

CONTRIBUTION TV NUMERIQUE AU CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE

CONTRIBUTION TV NUMERIQUE AU RN GROUPE



* Avant amortissements des goodwill TPS/Fun TV
Amortissement des goodwill 2000 =
-2,4 M€ / 2001=-2,4 M€ / 2002=-2,0 M€ / 2003=-0,8 M€

La télévision
numérique

La contribution
au chiffre d'affaires et au résultat
consolidé



Bilan au 31 décembre 2003



Chiffre d'affaires ⁽¹⁾ : 182,5 M€ (+10,2% proforma)

Rex ⁽¹⁾ : 1,3 M€

1 527 000 abonnés à TPS

- ➔ dont 1 239 000 abonnés satellite
- ➔ dont 288 000 abonnés à TPS Cinéma sur câble et satellite (France & outre-mer)

Platinum : 20 500 abonnés

Churn ⁽²⁾ : 10,6%

pdm sur les nouveaux abonnés 2003 : 36%

Un ARPU en croissance : 37,3 € par mois (+15% en 5 ans)

Chiffre d'affaires : 182,5 M€

1^{ère} année de résultat d'exploitation positif
+3 M€ en 2003 vs (23) M€ en 2002



⁽¹⁾ Contribution aux comptes consolidés du groupe M6. En 2002, TPS était consolidée à 25% jusqu'au 03/09/02 et à 34% pour le dernier trimestre 2002.
⁽²⁾ Hors cartes seules

La télévision
numérique



TPS L

Branchez... regardez !

Des programmes de cinéma et de télévision à la demande en qualité numérique, en toute simplicité, via la ligne téléphonique.

Le 18 décembre 2003, TPS et France Télécom lancent la télévision par ligne téléphonique :

- ➔ disponible dans l'agglomération lyonnaise pour 360 000 foyers
- ➔ printemps 2004 : la région parisienne
- ➔ bientôt : les autres agglomérations françaises

MaLigne TV = 16€ par mois :

Accès au bouquet TPS L, VOD
décodeur

TPS L PRESTIGE = 21€ par mois :

TPS Star, 6 chaînes cinéma de TPS, une offre de chaînes pour toute la famille, l'ensemble des chaînes nationales

Investissement : 60 M€ en 4 ans

Objectif de recrutement : 300 000 à 500 000 abonnés à 5 ans



La télévision
numérique

TPS L : la télévision par ligne téléphonique

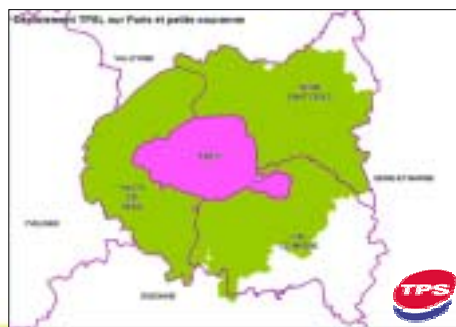


Lancement en Ile-de-France

- Lancement au **printemps 2004**
- Marché adressable : **2,65 millions** de foyers pour **1,43 millions** de foyers éligibles TPS L
- Un plan media **multimédia** (affichage, presse et radio)



La télévision
numérique



TPS

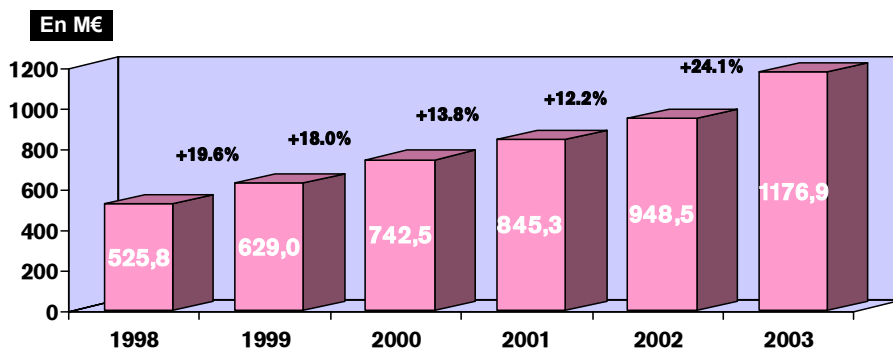


Les données financières



Chiffre d'affaires consolidé sur 6 ans

18% de croissance en moyenne sur 5 ans



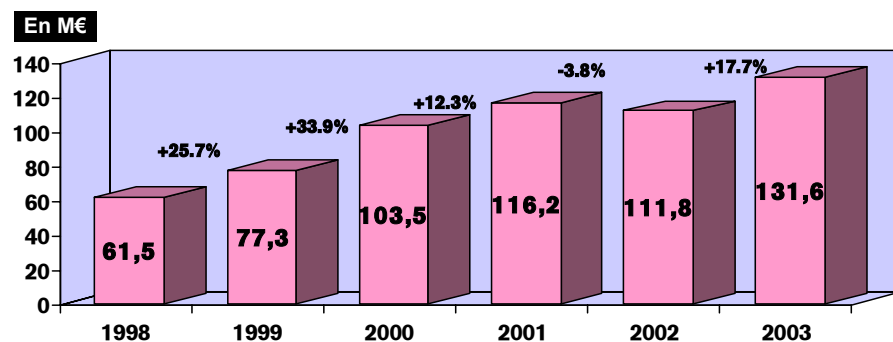
Les données
financières

Le chiffre d'affaires

6

Résultat net consolidé sur 6 ans

17% de croissance en moyenne sur 5 ans



Les données
financières

Le résultat net

6

en M€	2003	2002 Publié	%	2002 Proforma	%
CA CONSOLIDÉ GROUPE	1 176,9	948,5	+24,1%	1 071,3	+8,9%
Recettes de publicité Antenne 3M	590,6	589,5		589,5	
CA consolidée publicitaire M6	575,2	556,6	+3,2%	556,6	+3,2%
Coût de la grille	-48,5	-47,8		-47,0	
Taxes et droits d'auteurs	-60,7	-57,4		-57,4	
Diffusion	-34,1	-34,0		-34,1	
Recettes nettes diffuseur	447,3	431,8	+3,6%	431,8	+3,8%
Coût de la grille	-237,3	-222,7	+6,5%	-222,7	+6,5%
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	210,0	209,1	+0,8%	209,1	+0,8%
Résultat d'exploitation M6	+162,1	+168,2		+168,2	
Recettes autres activités TV Gratuite	25,2	21,5	+17,2%	21,5	+17,2%
Résultats d'exploitation TV Gratuite autres activités	+32,4	+19,1		+19,1	
RESULTAT D'EXPLOITATION TV GRATUITE	+194,5	+187,4	+3,8%	+187,4	+3,8%

Publié : 34% de TPS consolidé depuis le 01/10/02 - Proforma : 34% de TPS consolidé depuis le 01/01/02

Les
données
financières

La télévision gratuite



en M€	2003	2002 Publié	%	2002 Proforma	%
Recettes des diversifications	367,8	302,7	+21,7%	302,7	+21,7%
RES. D'EXP. DES DIVERSIFICATIONS	+17,5	+13,9	+25,9%	+13,9	+25,9%
Recettes TPS	182,5	42,8	N/A	185,6	+10,2%
Recettes Chaînes Thématiques	26,2	25,3	+3,6%	25,3	+3,6%
Résultat d'exploitation TPS	+1,3	-8,5		-1,8	
Résultats d'exploitation Chaînes Thématiques	+0,8	-2,8		-2,8	
RES. D'EXP. TV NUMERIQUE	+1,3	-8,2	N/A	-10,8	N/A
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+213,3	+193,1	+10,5%	+190,7	+11,9%
%CA	18,1%	20,4%		17,8%	
EBITDA *	+341,2	+273,9	+24,6%	+291,0	+17,2%
%CA	29,0%	28,9%		27,2%	

* EBITDA = résultat d'exploitation avant provisions et amortissements

Les données
financières

Les diversifications et la télévision
numérique



en M€	2003	2002 Publié	%	2002 Proforma	%
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+213,3	+193,1	+10,5%	+190,7	+11,9%
Résultat Financier	+5,6	+1,9		-2,8	
RESULTAT COURANT	+218,9	+194,1	+11,2%	+187,9	+16,4%
Résultat Exceptionnel	-9,3	-14,9		-15,8	
Amortissements des Goodwill	-2,3	-3,3		-2,1	
Sociétés mises en équivalence	-1,6	-6,9		-2,3	
Résultat avant Impôt	+185,7	+168,9	+10,5%	+168,4	+11,8%
%CA	17,3%	17,8%		15,7%	
Impôt	-75,6	-58,2		-58,3	
RESULTAT NET	+130,1	+110,8	+17,4%	+110,1	+18,2%
%CA	11,9%	11,7%		10,2%	
Résultat hors groupe	1,5	0,0		1,8	
RESULTAT NET PART DU GROUPE	+131,6	+111,8	+17,7%	+111,9	+18,5%

Les
données
financières

Le résultat net



	2003		2002 proforma	
	CA Consolidé	Résultat d'exploitation ⁽¹⁾	Résultat d'exploitation ⁽²⁾	
Antenne (M6 - M6 PubliM6)	577,1	+194,2	+198,9	
Production ⁽¹⁾	7,1	+0,9	-0,1	
Droits audiovisuels ⁽²⁾	16,1	-2,5	-7,5	
Divers	0,1	+1,9	+2,1	
TELEVISION GRATUITE	600,4	+194,5	+187,4	+3,8%
M6 Interactions et filiales liées	205,9	+13,0	+16,2	
Téléachat	92,5	+4,1	+3,5	
Les Girondins	45,1	-6,2	-5,9	
M6 Web	24,3	+0,7	+0,1	
DIVERSIFICATIONS	367,8	+17,5	+13,8	+25,9%
Chaînes Thématiques	26,2	+0,0	-2,6	
TPS	182,5	+1,3	-7,8	
TELEVISION NUMERIQUE	208,7	+1,3	-10,6	N/A
TOTAL	1 176,9	+213,3	+190,7	+11,9%

(1) Production : Métropole Productions, C. Productions, M6 Films, W9

(2) Droits audiovisuels : M6 DA, TCM, Mandarins et RNP M6

(3) Contributions avant éliminations intragroupes

Les
données
financières

Contributions 2003



BILAN ACTIF

en M€	2003	2002	%
ACTIF IMMOBILISE	283,1	312,9	-9,5%
Stocks	226,2	224,4	+0,8%
Créances et cptes de régul	452,9	442,3	+2,4%
Trésorerie ⁽¹⁾	253,6	259,5	-2,3%
ACTIF CIRCULANT	932,7	926,2	+0,7%
TOTAL ACTIF	1 215,8	1 239,1	-1,9%
(1)	Actions propres	64,1	69,3
	Fonds constitué de placement, SICAV	229,2	190,2
	VNP et disponibilités	293,3	259,5
	Dépréciation des actions propres	-39,7	-42,2 ⁽²⁾
	Trésorerie Nette	253,6	217,2

(2) En 2003, les actions propres sont dépréciées à hauteur de 39,7 M€ contre 42,3 M€ en 2002. La dépréciation était auparavant comptabilisée en provisions pour risques.

Les
données
financières

Le Bilan



BILAN PASSIF

en M€	2003	2002	%
FONDS PROPRES	420,0	362,7	+15,8%
Intérêts minoritaires	-1,2	-0,4	N/A
Provisions pour risques et charges ⁽¹⁾	67,1	90,2	-25,6%
Dettes financières ⁽²⁾	46,0	90,5	-49,2%
Dettes d'exploitation et divers	683,9	696,1	-1,8%
TOTAL PASSIF	1 215,8	1 239,1	-1,9%

(1) Les provisions pour risques et charges en 2002 incluent la provision pour dépréciation des actions propres, d'un montant de 42,3 M€ (cf BILAN ACTIF)

(2) Quote-part de la dette TPS

Les données
financières

Le Bilan



TABLEAU DE FINANCEMENT

en M€	2003	2002 publié
Flux de trésorerie d'exploitation	256,0	227,0
Flux de trésorerie d'investissement	-101,6	-128,6
FREE CASH FLOW	154,4	98,4
FLUX DE TRESORERIE DE FINANCEMENT	-118,0	-87,2
Variation globale de trésorerie	36,4	11,2
TRESORERIE après provisions sur actions	253,6	217,2
Engagements financiers à long terme < 1 an	238,3	225,1

Les données
financières

Le Tableau de financement



Un record historique de résultat

En M€	2003	Publié		Proforma	
		2002	%	2002	%
CA Consolidé	1 176,9	948,5	+24,1%	1 071,3	+9,9%
EBITDA	341,2	273,9	+24,6%	291,0	+17,2%
EBIT	213,3	180,1	+18,5%	190,7	+11,9%
RESULTAT NET*	131,6	111,8	+17,7%	111,0	+18,5%
Free Cash Flow	154,4	98,4	+56,9%		

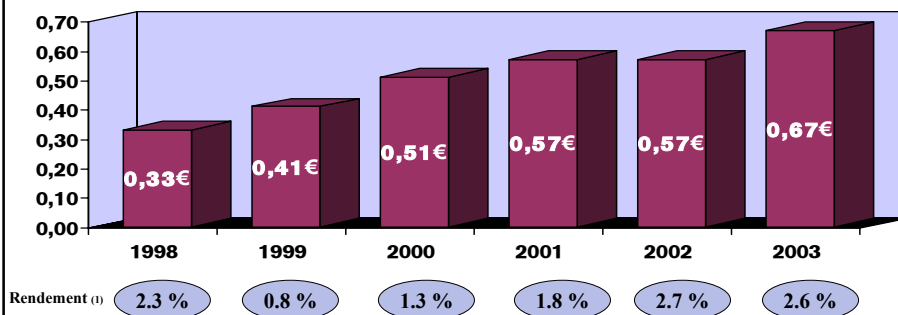
* Part du Groupe

Les données
financières

Les chiffres clés



Le dividende sur 6 ans



(1) : Rendement = Dividende (hors avoir fiscal) / cours au 31/12/N

Les données
financières

Le dividende



Début 2004...

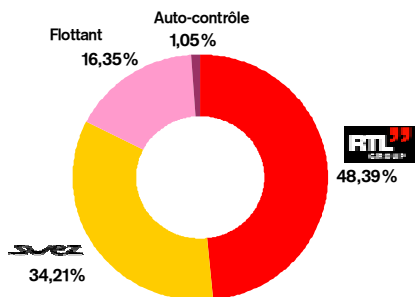
> Désengagement partiel de SUEZ

> Paris Première

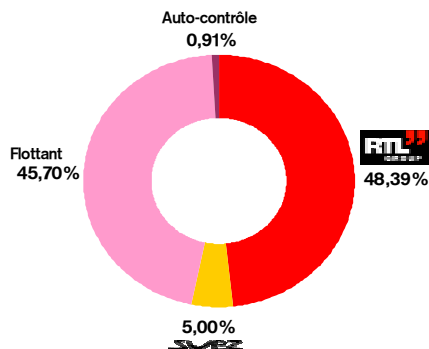
Reclassement de la participation de Suez

➔ Nouvelle géographie du capital

Actionnariat au
31 décembre 2003



Actionnariat au
04 février 2004



**Vue Générale
du groupe**

Evolution du Capital de M6



Paris Première, une chaîne forte pour M6 Thématiques



➔ Le Groupe M6 a exercé son droit de préemption sur Paris Première auprès du groupe Suez pour acquérir la totalité des actions de la chaîne.

➔ Paris Première =

- ➔ 5,5 millions de foyers abonnés
- ➔ Une ligne éditoriale unique
- ➔ Une très forte notoriété

➔ Acquisition effective après obtention des autorisations administratives



Le groupe

**Exercice du droit de préemption
sur Paris Première**

