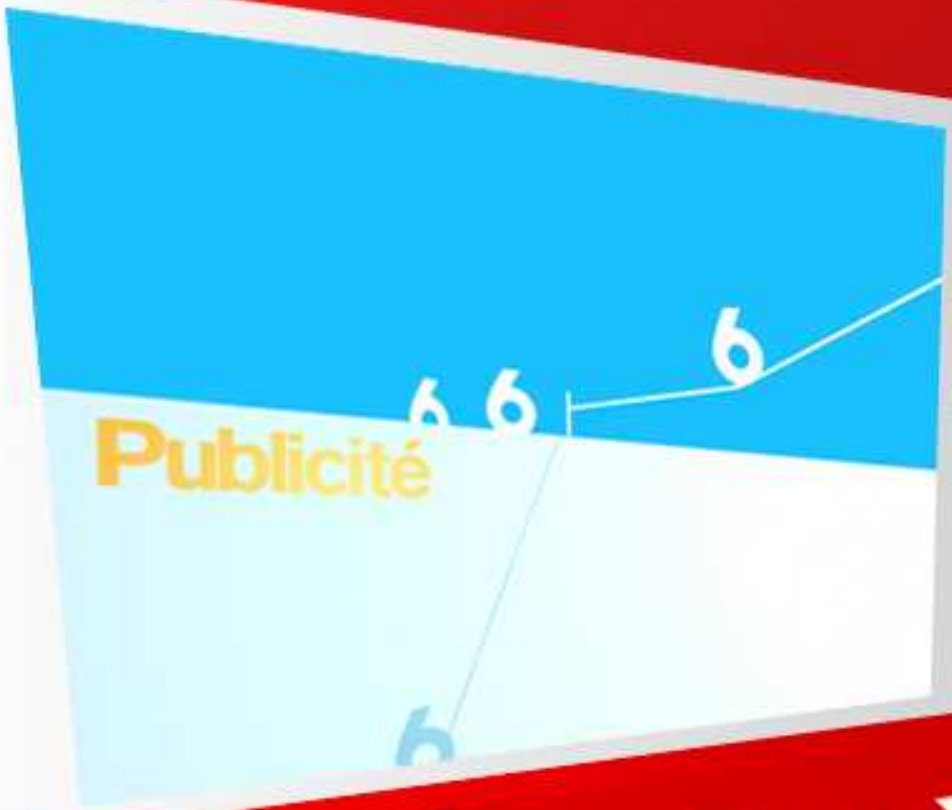
Groupe M6

Résultats Semestriels 2003
Réunion des analystes

28 juillet 2003



- Les métiers
- L'évolution du chiffre d'affaires
- La deuxième chaîne de télévision en France

Vue générale du Groupe

L'audience

La 2ème chaîne la plus regardée par les moins de 50 ans et les ménagères de moins de 50 ans

➔ 12,5% de pda 4 ans et +
➔ 18,4% de pda ménagères de moins de 50 ans

La publicité

La 2ème chaîne la plus investie

➔ 22,9% de pdm

Les diversifications

Résultat net en croissance sur nos métiers

La télévision payante

Résultat net positif

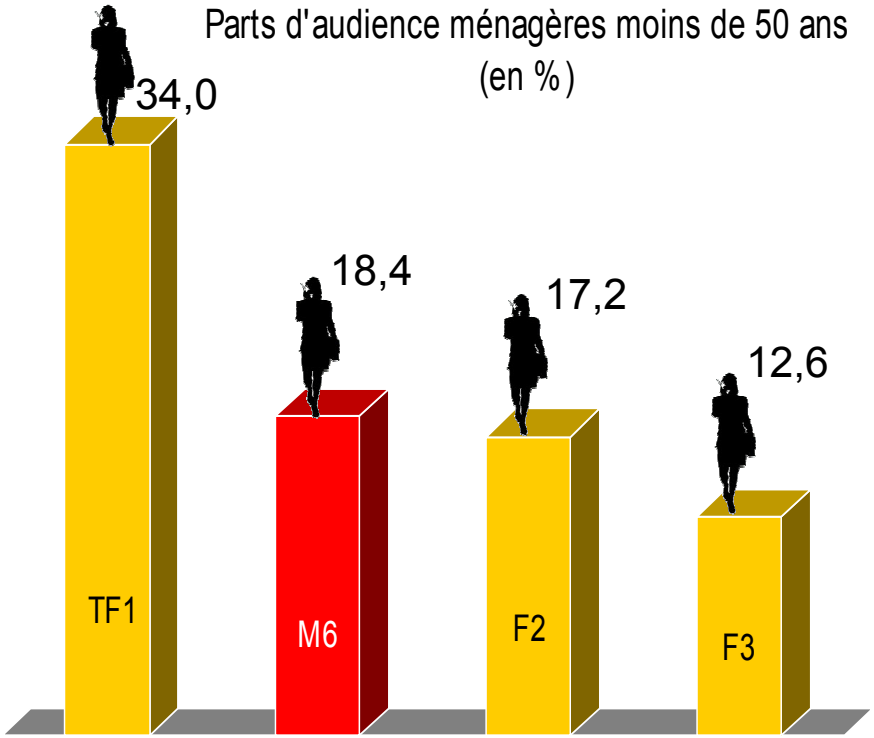
Sources Mediamat/Mediamétrie et Secodip 1er semestre 2003

Vue générale du Groupe

M6 conforte sa 2ème place

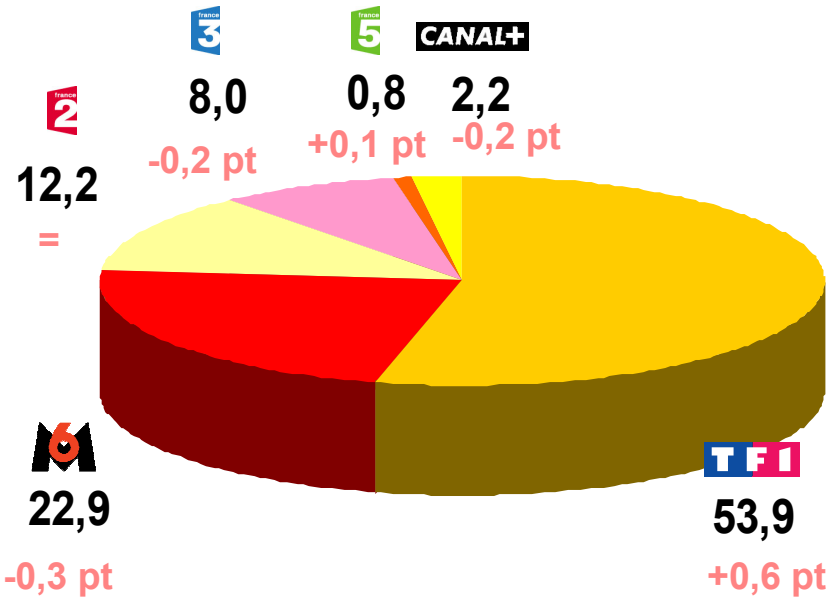
M6, la 2ème chaîne des ménagères de moins de 50 ans depuis 2001 et la 2ème chaîne la plus investie

Parts d'audience ménagères moins de 50 ans (en %)



Source Médiamétrie/Médiamat 1er semestre 2003

Parts de marché publicitaire en brut (en %)



Source Secodip 1er semestre 2003

- L'audience
- Les programmes
- La publicité

La télévision hertzienne

Un premier semestre conforme aux objectifs

18,4% pda ménagères de moins de 50 ans
2ème chaîne depuis 2001

17,6% pda 4/49 ans
2ème chaîne depuis 1999

20,1% pda 15/34 ans
2ème chaîne depuis 1997

Source Mediamat/Médiamétrie

Les faits marquants du 1er semestre

➔ Recul d'audience sur la cible des ménagères<50 ans dû à l'absence de LOFT STORY

➔ M6 progresse en première partie de soirée malgré l'absence de LOFT STORY

19,7% en 2003 vs 19,4% en 2002 de pda auprès des ménagères de moins de 50 ans

Source Mediamat/Mediamétrie semaines 1 à 29

Les succès du 1er semestre 2003 font une large place à la production M6

6 des meilleures audiences du 1er semestre 2003 sont produites par M6
(audience 4 ans et plus en millions de téléspectateurs)

1	film	INDIANA JONES ET LA DERNIERE CROISADE	6,3
2	film	INDIANA JONES ET LE TEMPLE MAUDIT	6,2
3	*magazine*	*ZONE INTERDITE : stop à la violence routière*	*5,4*
4	*magazine*	*ZONE INTERDITE : peur sur la route...*	*5,2*
5	*film*	*SCENE DE CRIMES (soirée spéciale)*	*5,2*
6	film	LES AVENTURIERS DE L'ARCHE PERDUE	5,2
7	*magazine*	*CAPITAL : immobilier, la chasse aux trésors*	*5,2*
8	*magazine*	*CAPITAL : business de charme*	*4,9*
9	*magazine*	*ZONE INTERDITE : les millionnaires du cannabis*	*4,9*
10	film	LE 13ème GUERRIER	

Source Médiamétrie/Mediamat

Un semestre riche en nouveautés perfo

➔ J'AI DÉCIDÉ DE MAIGRIR (6 épisodes)
3,2 millions de téléspectateurs. Record : 3,7 millions
pda ménagères moins de 50 ans : 23%

➔ LES GRANDS TESTS
- ⇩ QI, le grand test
  4,2 millions de téléspectateurs.
  pda ménagères moins de 50 ans : 26,4%
- ⇩ Culture, le grand test
  4,3 millions de téléspectateurs.
  pda ménagères moins de 50 ans : 28,2%

➔ LE BACHELOR (8 épisodes)
3,5 millions de téléspectateurs. Record : 4,4 millions
pda ménagères moins de 50 ans : 27,7%

➔ À LA RECHERCHE DE LA NOUVELLE STAR (16 épisodes)
3,1 millions de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : 25,4%

Source Médiamétrie/Mediamat 1er semestre 2003

Des standards puissants

➔ ZONE INTERDITE
3,8 millions de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : 19,9% (+4%)
pda 4 ans et + : 17,2%

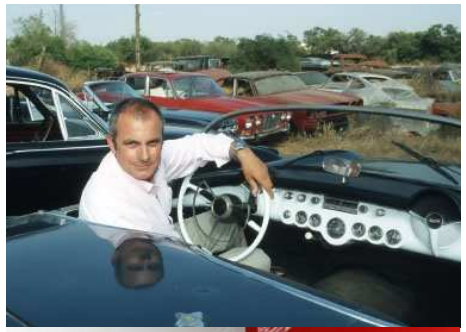
➔ CAPITAL
4,1 millions de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : 19,6%
pda 4 ans et + : 18,2% (+4%)

➔ TURBO
1,3 million de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : +1,8 point
pda hommes moins de 50 ans : +2,3 points

➔ CAMÉRA CAFÉ
4,0 millions de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : 25,8% (+2,6 pt)
pda 4 ans et + : 17,1%

➔ SIX'
3,2 millions de téléspectateurs.
pda ménagères moins de 50 ans : 25,5%
pda 4 ans et + : 15,7%

CAPITAL



rce Médiamétrie/Mediamat 1er semestre 2003

Une programmation cinéma réussie

➔ LA TRILOGIE INDIANA JONES

Indiana Jones et la dernière croisade : 6,3 millions de téléspectateurs
Indiana Jones et le temple maudit : 6,2 millions de téléspectateurs
Les aventuriers de l'arche perdue : 5,2 millions de téléspectateu

➔ LES COPRODUCTIONS M6

Scènes de crime : 5,2 millions de téléspectateurs
Ca reste entre nous : 3,9 millions de téléspectateurs
La cité de la peur : 3,5 millions de téléspectateurs

➔ LES FILMS COMIQUES

Le gendarme de Saint-Tropez : 4,3 millions de téléspectateurs
Fantomas se déchaîne : 3,4 mil

ource Médiamétrie/Mediamat 1er semestre 2003

LE BACHELOR

Le succès des nouveaux formats en prime time

➔ Un programme qui a fidélisé son public

➔ 8 épisodes : 3,5 millions de téléspectateurs en moyenne

➔ Une émission plébiscitée à la fois par les jeunes et les femmes

➔ Un couple heureux

Source Médiamétrie/Mediamat 1er semestre 2003

Prétendantes : 25
Elue : 1

Pda moyenne 4/14 ans : **27,3 %**

Pda moyenne < 35 ans : **33,3 %**

Pda moyenne mén. avec enfants : **29,8 %**

Pda moyenne Mén<50 : **27,7 %**

CA pub de la soirée du mercredi : **x 3,2**

À LA RECHERCHE DE LA NOUVELLE STAR

Evénement en 16 soirées

➔ M6 : 13 fois première chaîne auprès des moins de 35 ans

➔ Votes : 500.000 chaque semaine
(finale : + de 1 million de votes)

➔ Singles : déjà 500.000 exemplaires vendus

➔ Albums : Près de 250.000 exemplaires

Participants : 20 000
Nouvelle star : 1

Audience moyenne :
3,1 millions

Pda moyenne Men<50 :
25,4 %

Pda moyenne 15/24 :
31,1 %

Pda moyenne 25/34 :
30,3 %

CA pub de la case :
x 2,9

Source Médiamétrie/Mediamat 1er semestre 2003

M6, 6 fois première chaîne sur les 13 critères d'image étudiés par Télé 7 Jours

CREATIVE	IMPERTINENTE	ORIGINALE	JEUNE	DYNAMIQUE	INNOVANTE
M6	M6	M6	M6	M6	M6

DISTRAYANTE	VARIEE	PROCHE DES GENS	FAMILIALE	CREDIBLE	PROFESSIONNELLE	SERIEUSE
TF1	TF1	France 3	TF1	TF1	TF1	TF1

Source IPSOS / Télé 7 Jours avril-mai 2003

UN ÉTÉ RICHE

Des innovations

⇩ Opération Séduction aux Caraïbes
Près de 3 millions de fidèles (5 épisodes), pda 15/34 ans : 34,5%

⇩ Absolument été

⇩ Génération hit

⇩ Le grand zap

Source Médiamétrie/Mediamat

UN ÉTÉ RICHE

Des valeurs sûres

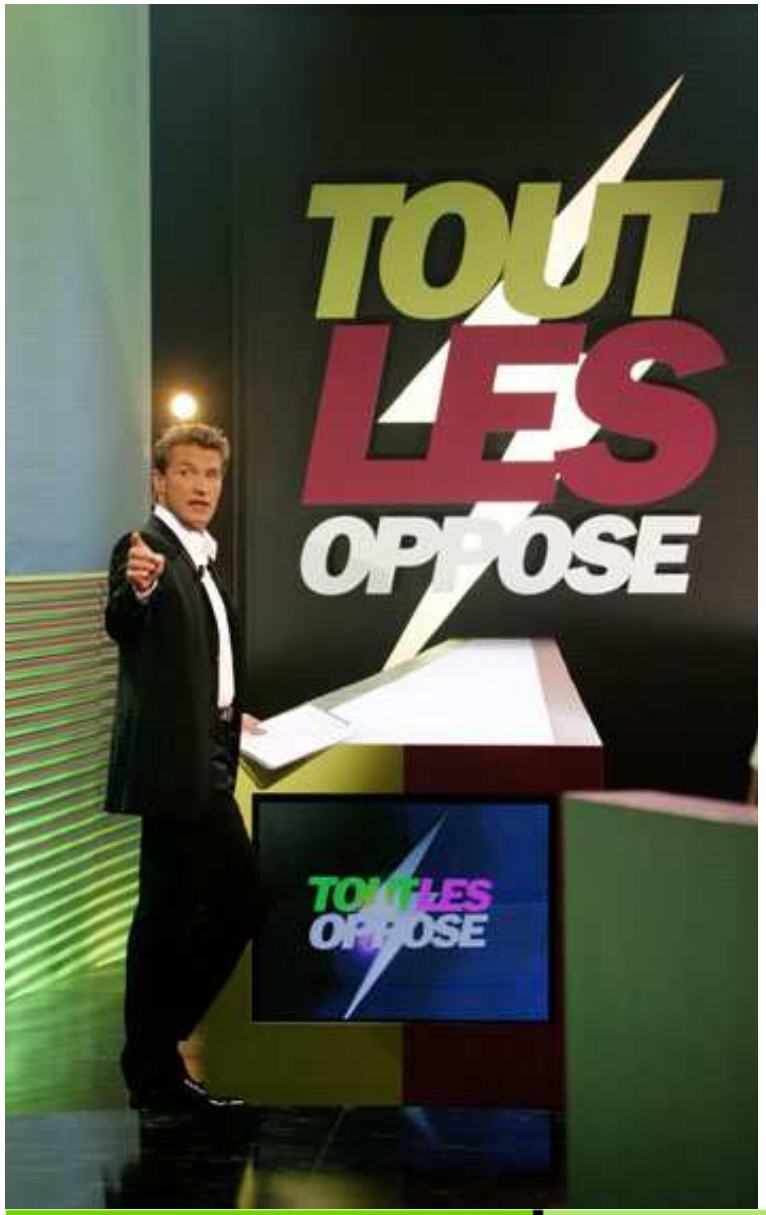
⇩ Capital

Nouveau présentateur :
Guy Lagache
3,1 millions de téléspectateurs
26,1% pda ménagères<50 ans

⇩ Zone interdite

2,9 millions de téléspectateurs
23,8% pda ménagères<50 ans

⇩ Secrets d'actualité



UNE RENTRÉE PROMETTEUSE

⇩ M6 poursuit sa politique événementielle

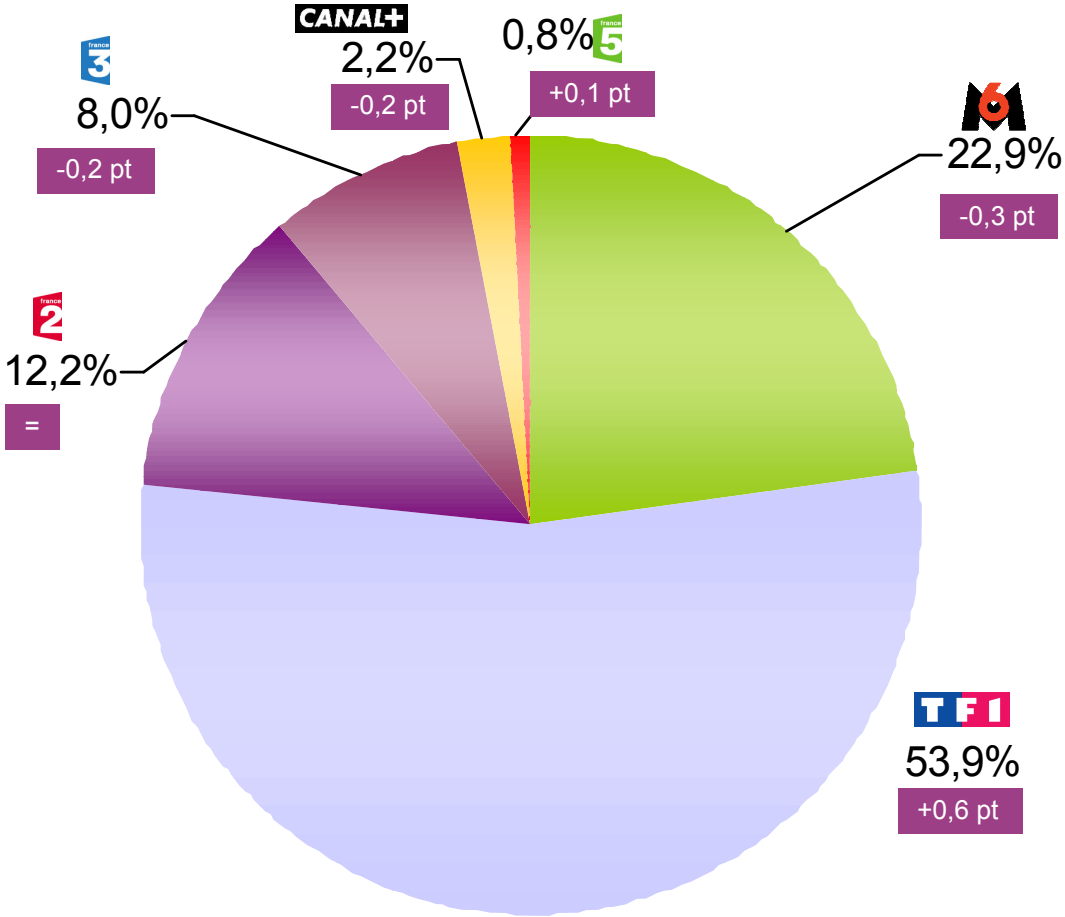
- ➔ *Popstars "le duel"*
- ➔ *de nouveaux "grands tests"*
- ➔ *de grands événements musicaux*
- ➔ *de nouveaux programmes "Absolument…"*
- ➔ *Déclinaison de "J'ai décidé de…"*

⇩ Lancement de nouvelles émissions de société, le mardi

⇩ Confirmation de "Docs de choc"

⇩ Lancement de nouveaux divertissements, le vendredi

M6 maintient sa part de marché publicitaire sur les six premiers mois



Secteur Invest. Brut	Total TV Evolution 1er sem 03/02	M6
Alimentation	+19,9%	+26,9%
Toilette/ Beauté	+13,6%	+13,2%
Habillement	+15,5%	+38,7%

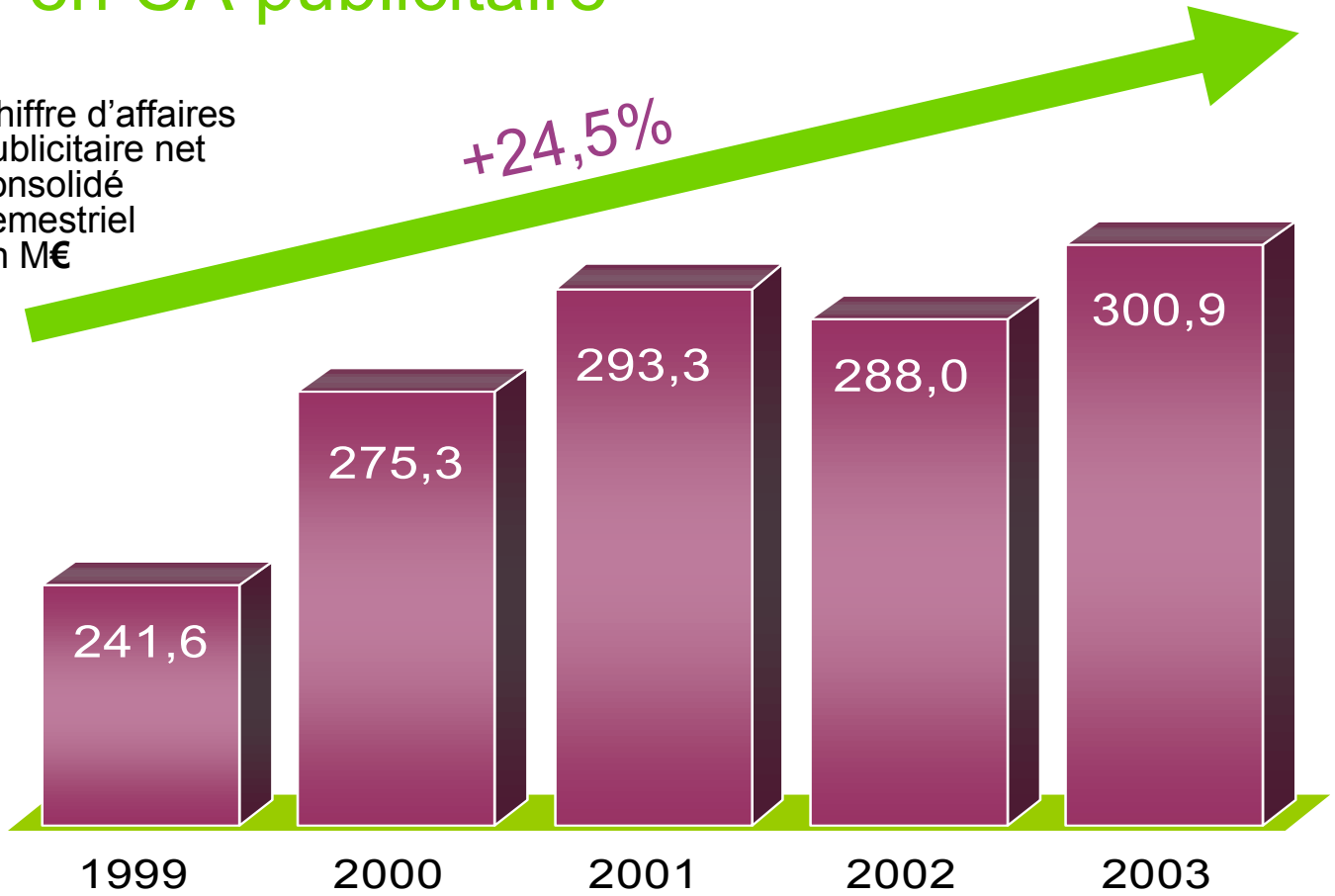
Investissement TV 1er semestre 2003

	Invest. Brut en M€	Evolution **2003/2002**
M6	568,2	+4,9%
Total TV	2485,5	+6,3%

Source Secodip

M6 est le 2ème media de France en CA publicitaire

Chiffre d'affaires publicitaire net consolidé semestriel en M€



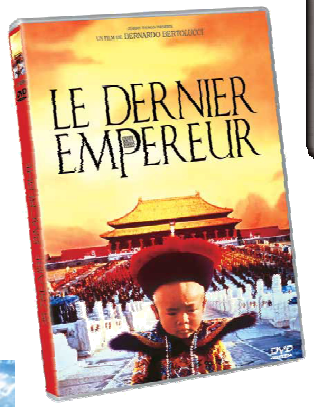
Source M6

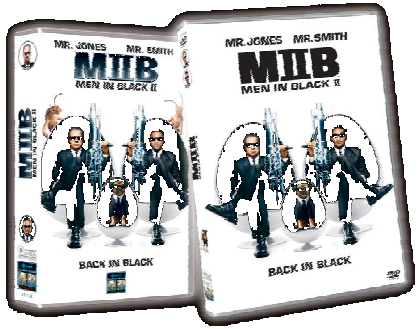
Disques, publications, magazines, événements, cinéma, vidéo, téléphonie, internet, téléachat, football…

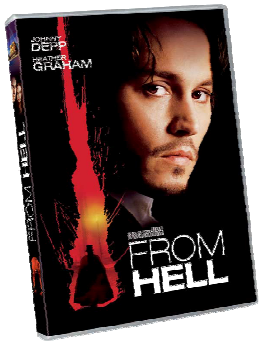
Les diversifications

Les magazines

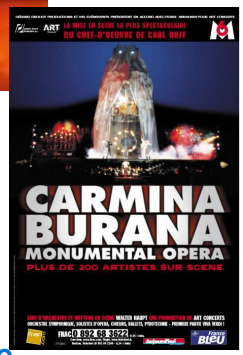
La vidéo



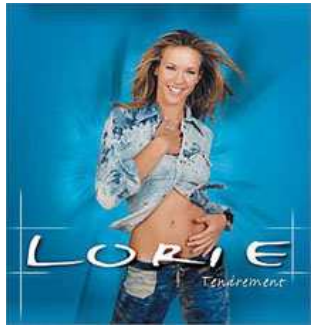




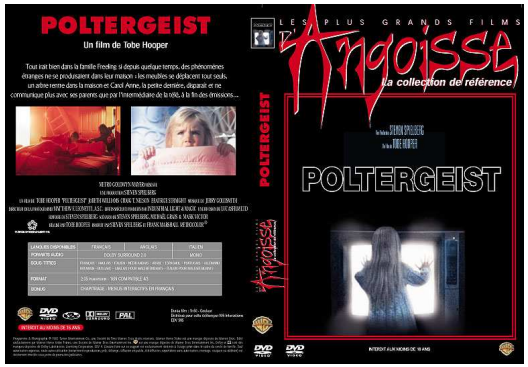
Les spectacles



Les disques



Les publications composites



La téléphonie & Internet

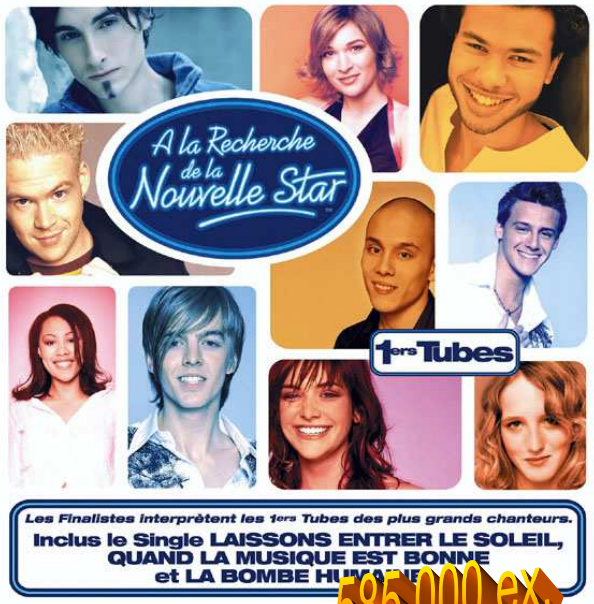
Les diversifications

Les activités de M6 Interactions

Activité Musique

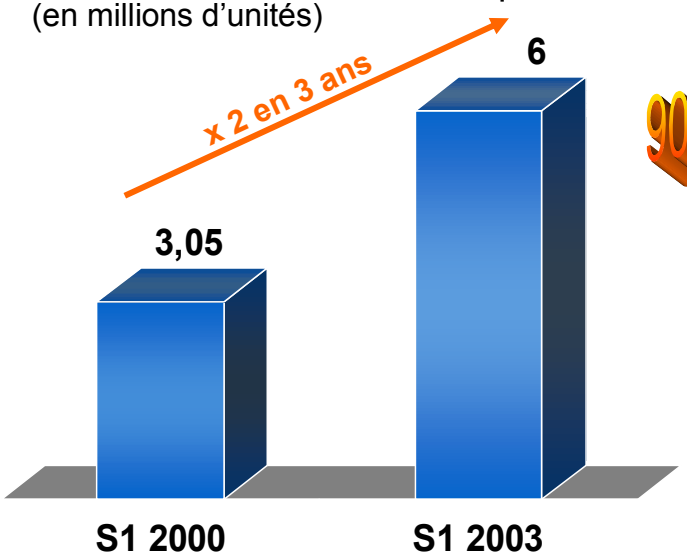
➔ 6 millions d'exemplaires vendus au 1er semestre

➔ 4 titres dansle top 10 semestriel



585 000 ex.

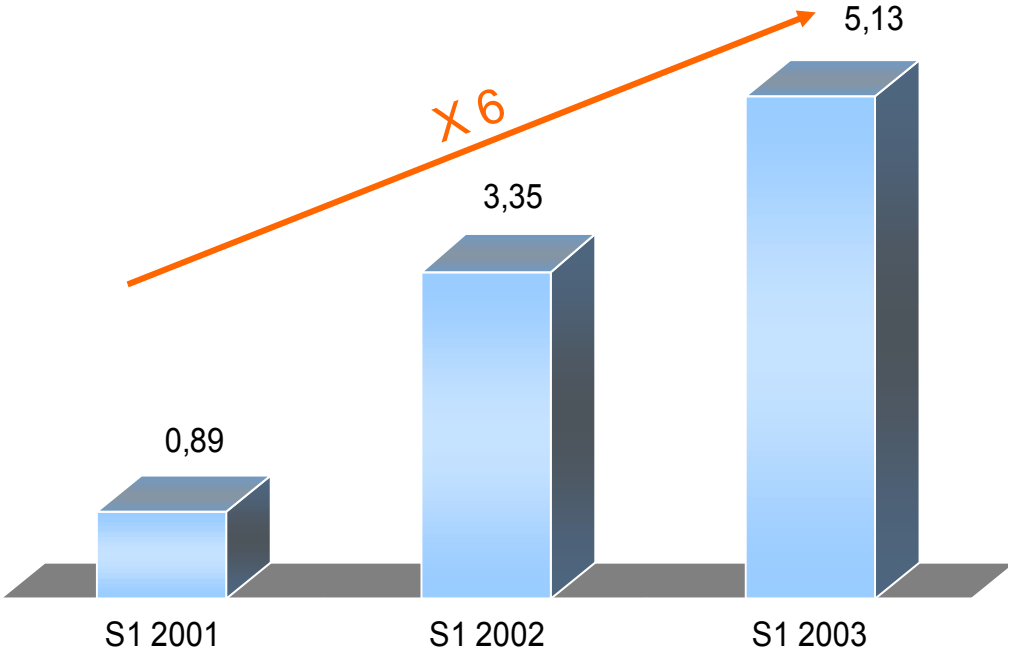
Evolution des ventes de disques
(en millions d'unités)

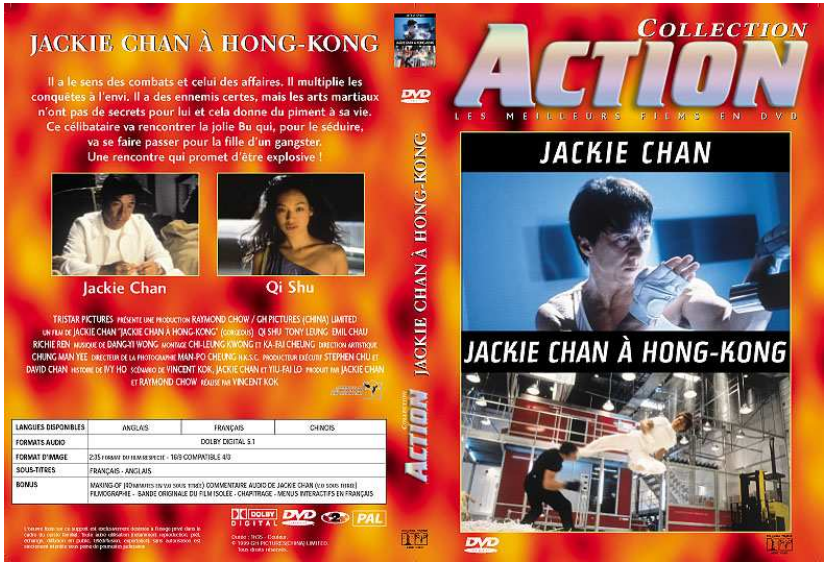


900 000 ex.

Activité Publications

Forte progression des publications composites (en millions d'unités), en particulier des collections





➔ Belle performance de la collection "action"

Les diversifications

Les publications composites

Magazines

➔ Lancement, en juillet 2003, d'un nouveau magazine: HIT MACHINE GIRL

➔ FAN 2, leader de la presse jeune : 1,1 million d'exemplaires vendus (1er semestre 2003). Record pour le dernier numéro : 330 000 ex.

➔ Publications dérivées de programmes M6
- ➔ **J'ai décidé de maigrir : plus de 100 000 exemplaires**
- ➔ **A la recherche de la nouvelle star**

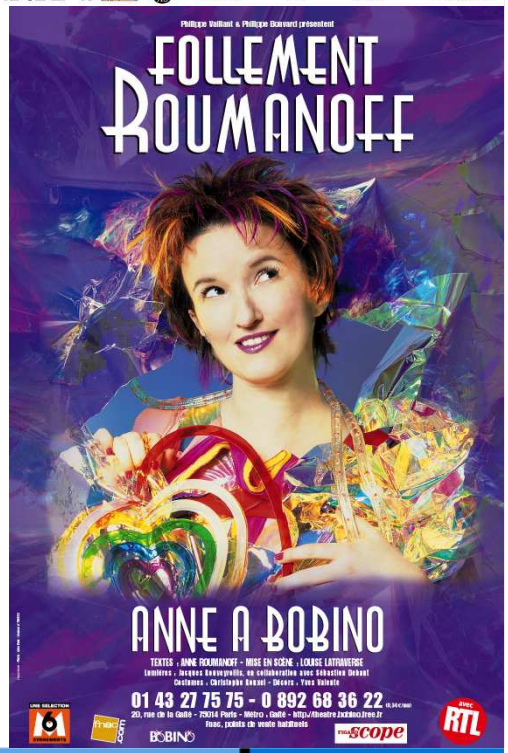
Evénements

➔ Coproduction de pièces de théâtre : Arrête de pleurer Pénélope, On tire bien sur les lapins.

➔ Organisation de tournées : Carmina Burana, Gary Kurtz

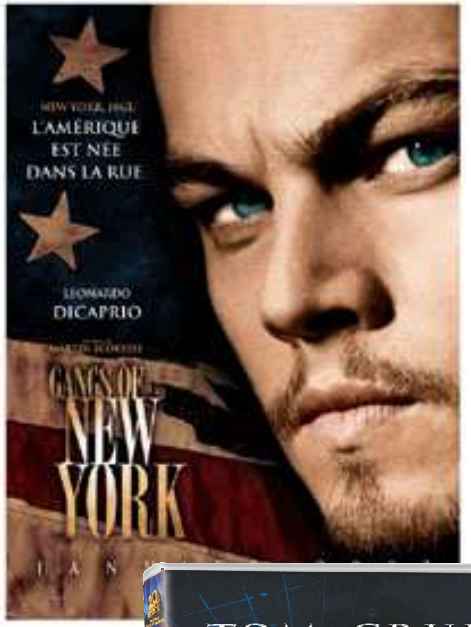
➔ Partenariats de spectacles : Disney sur glace, Elvis story, Holiday on ice.

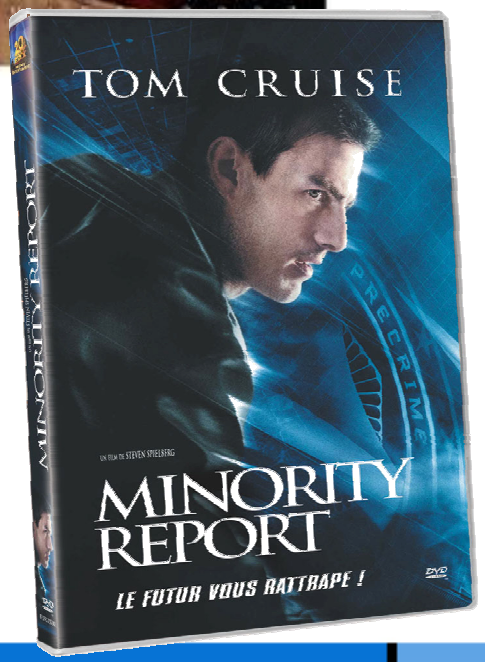
➔ Production de spectacles : Autant en emporte le vent (sept. 2003). Près de 100 000 places déjà vendues.



Forte progression des ventes

hors kiosque





Fin Juin : 1,3 million VHS & DVD (+78% vs 1er semestre 2002)

- Meilleurs scores :
  - Yu-Gi-Oh ! : 150 000 DVD & VHS
  - Caméra café saison 2 n°1 : 350 000 DVD & VHS
  - La princesse du désert : 53 000 DVD
- Développement :
  - Gangs of New-York (en juillet) : 350 000 DVD & VHS

en kiosque

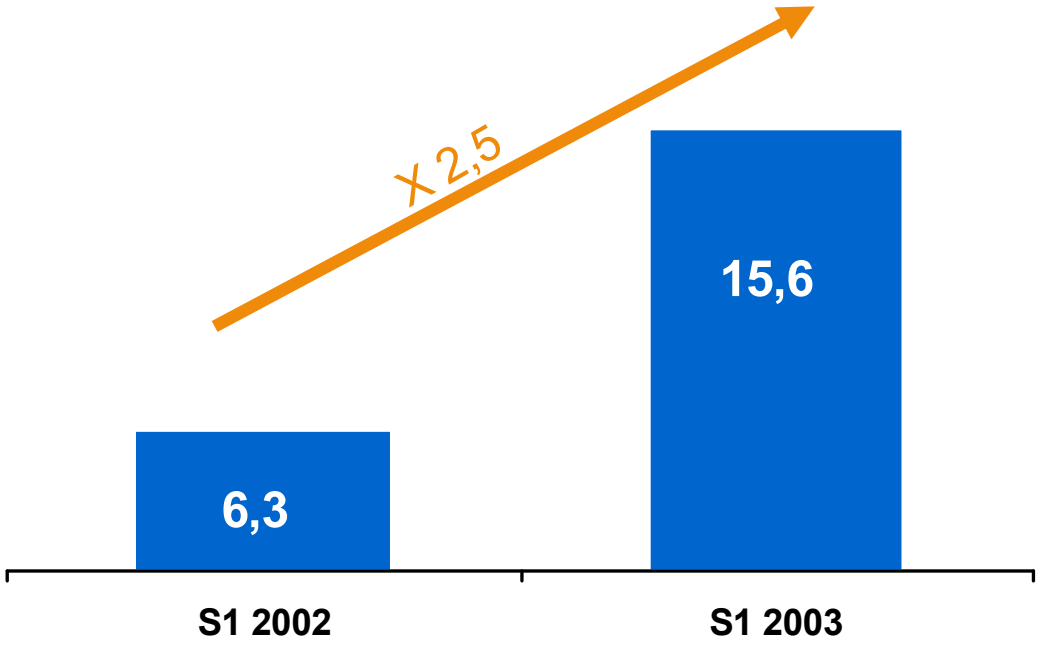
Fin Juin : 1,2 million VHS & DVD
(+26% vs 1er semestre 2002)

- Meilleurs scores vidéo, tous éditeurs confondus :
  - Harry Potter : 1,1 million DVD & VHS
  - Minority report : 425 000 DVD & VHS
  - L'âge de glace : 745 000 DVD & VHS
  - James Bond "Meurs un autre jour" : 260 000 DVD & VHS

Forte croissance du C.A.

plus que doublé vs 1er semestre 2002

Chiffre d'affaires (en M€)



Développement important des secteurs d'activité et C.A. plus diversifié :

- internet
- audiotel
- sms
- call TV
- opérations spéciales

Des résultats semestriels en progression

M6.fr 3ème site audiovisuel

- 816 K Visiteurs Uniques/mois (moyenne du 1er semestre 2003)
- 6,2% de Couverture (mai 2003)
- 15 millions vidéo diffusées

Téléphonie mobile

- Développement de sites WAP couleurs

Les diversifications

Téléphonie & Internet

Home Shopping Service
le téléachat tient ses promesses de croissance

- Activité en croissance (+6,4% vs 1er semestre 2002)
- Rentabilité en progression
- Lancements réussis : catalogue, infomercial, Hollande
- Projets en cours : spot marketing direct, infomercial sur plusieurs pays européens, extension du catalogue (500 000 ex. à fin novembre)

Une équipe qualifiée en Coupe d'Europe pour la 7ème saison consécutive

BILAN DEPUIS L'ACHAT DU CLUB PAR M6

- ⇩ 1 titre de Champion de France
- ⇩ 1 victoire en Coupe de la Ligue
- ⇩ 5ème qualification successive en Coupe d'Europe
- ⇩ 4ème à l'issue du Championnat de L1 2002/2003
- ⇩ Qualifié pour la Coupe de l'UEFA 2003/2004
- ⇩ 2ème club français à l'indice de performance du Championnat de France
- ⇩ 3ème club préféré des Français depuis 5 ans *(sondage annuel BVA)*

- ⇩ Résultat cumulé des 5 dernières saisons équilibré
- ⇩ Investissement dans un centre de formation moderne

POCHETTINO

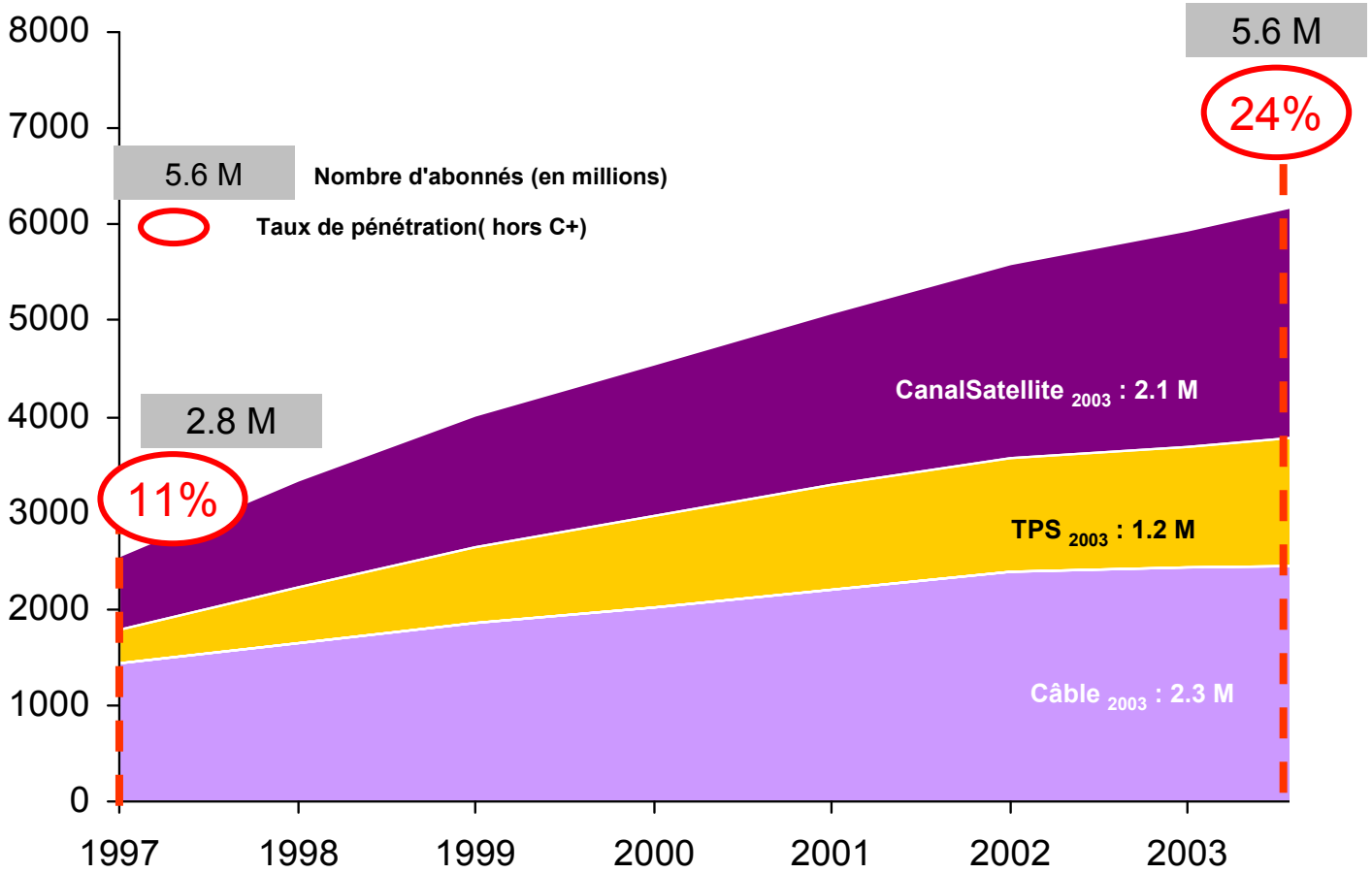
PAULO COSTA

DEIVID

- Les chaînes thématiques de M6
- Le bouquet satellite TPS

La télévision numérique

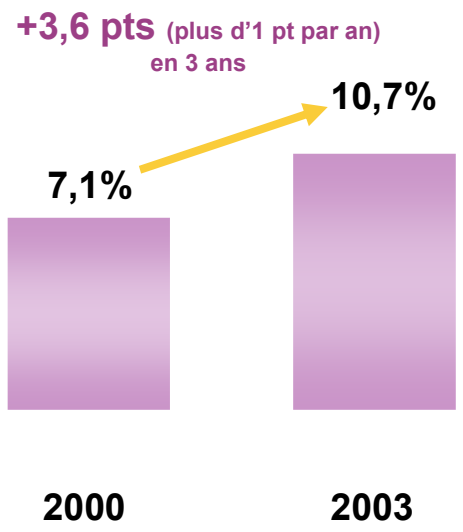
Marché de la distribution du multichaînes



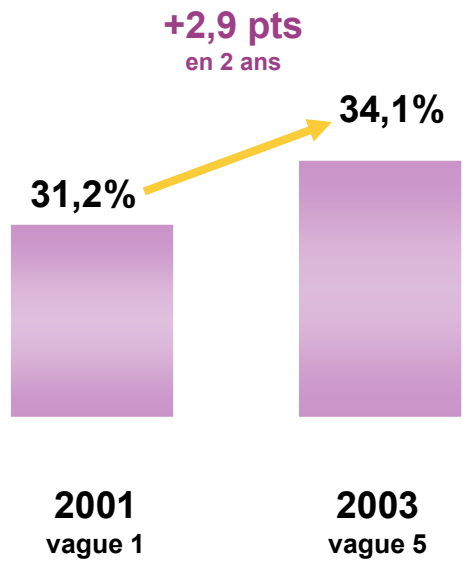
Source : chiffres opérateurs, estimation M6

Progression de la part d'audience des chaînes thématiques

PDA 4+ DES AUTRES TV (1)
1er semestre 2003



PDA 4+ DES CHAINES THEMATIQUES
SUR L'UNIVERS DU MULTICHAÎNES (2)



(1) : Mediamétrie 2003 - cible 4+
(2) : Mediacabsat vague 5 (décembre 2002 - juin 2003)

La famille des chaînes

Complémentarité des formats et positionnement clair

⇩ 2 chaînes généralistes puissantes

- ➔ TF6 (50%) >> pour les jeunes adultes
- ➔ Téva (51%) >> pour la famille

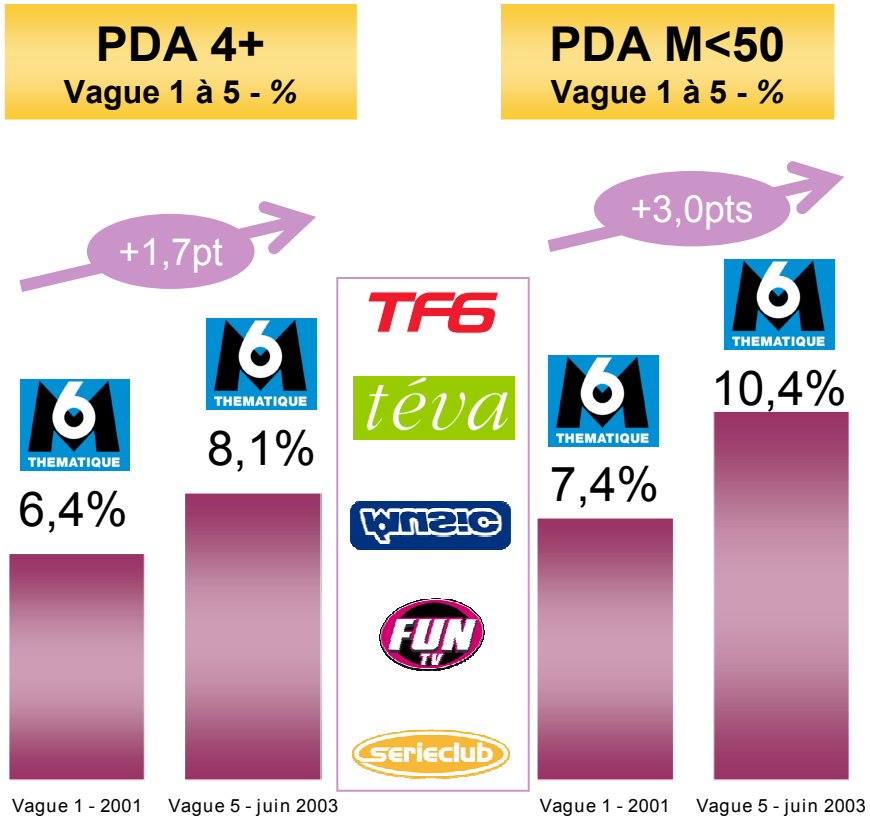
⇩ 3 chaînes thématiques à forte légitimité

- ➔ M6 Music (100%) >> Musique
- ➔ Fun TV (100%) >> Jeunes
- ➔ Série Club (50%) >> Séries

Résultats d'audience en progression

Global chaînes M6 (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

Sur univers **TPS**

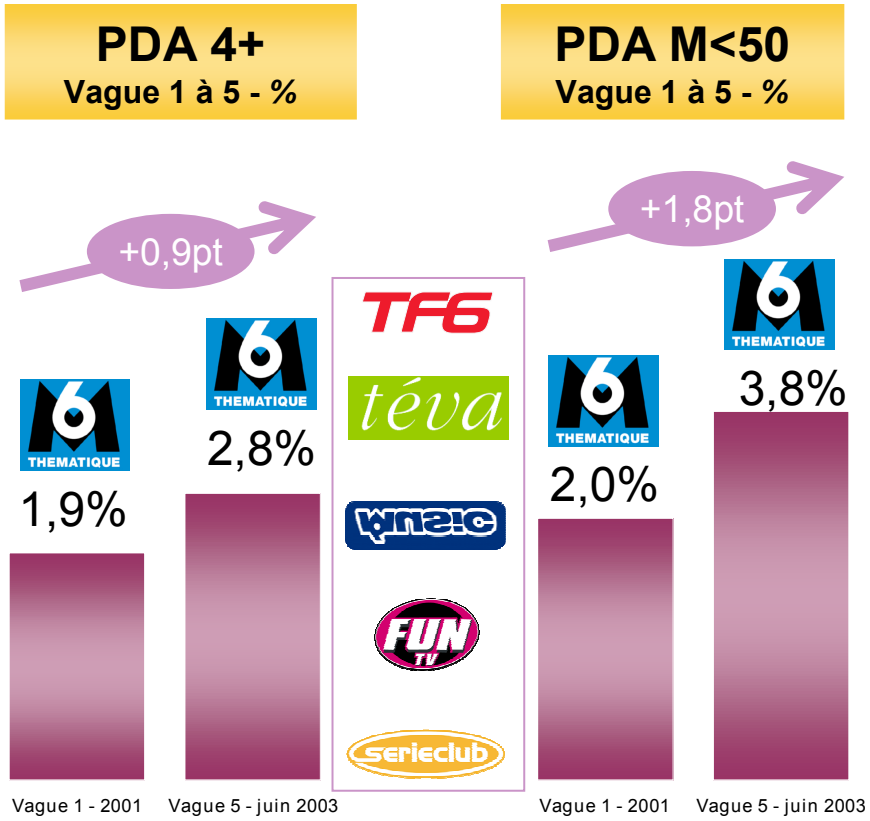


Source Mediacabsat

Résultats d'audience en progression

Global chaînes M6 (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

Sur univers **CABLE SATELLITE**



Source Mediacabsat

Résultats d'audience

Analyse par chaîne (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

- **1ère chaîne musicale sur toutes les cibles abonnées et sur TPS;**
  3ème chaîne thématique sur les 15-34 ans abonnés (+ 69% d'audience)

Fortes progressions d'audience sur leur cœur de cible

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Résultats d'audience

Analyse par chaîne (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

➲ **5ème chaîne thématique la plus regardée en journée (7h-19h) par les 15-24 ans abonnés avec une progression d'audience de 28% sur cette cible**

Fortes progressions d'audience sur leur cœur de cible

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Résultats d'audience

Analyse par chaîne (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

➲ **Parmi les 3 chaînes thématiques les plus regardées par ses abonnés :**
1ère sur les 15-24 ans, 2ème sur les 15-34 ans, 3ème sur les ménagères < 50 ans

Fortes progressions d'audience sur leur cœur de cible

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Résultats d'audience

Analyse par chaîne (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

TF6

➲ **1ère chaîne thématique sur ses abonnés de plus de 15 ans ;**
devient la chaîne thématique leader de TPS sur les cibles adultes

Fortes progressions d'audience sur leur cœur de cible

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Résultats d'audience

Analyse par chaîne (vague 5 : janvier 2003/juin 2003)

téva

➲ **4ème chaîne thématique la plus regardée par les ménagères < 50 ans abonnées; forte progression d'audience de 48% sur cette cible**

Fortes progressions d'audience sur leur cœur de cible

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Les 5 chaînes du groupe M6 se classent parmi les 15 premières chaînes thématiques de TPS sur le public des ménagères de moins de 50ans

TOP 15 TPS / PdA mén<50

1	TF6		4,6%		+0,7
2	TPS Star		3,3%		-0,2
3	RTL9		2,4%		+0,2
4	Série Club		2,0%		+1,0
5	M6music		1,9%		+0,6
=	Télétoon		1,9%		-0,3
7	Cinestar 1		1,7%		+0,1
8	Téva		1,3%		+0,4
9	LCI		1,0%		=
10	Boomerang		0,9%		-
=	Cinefaz		0,9%		=
12	Teletoon+1		0,8%		+0,1
=	TV Breizh	0,8%		+0,1	
14	Cinestar 2		0,7%		=
15	Fun TV		0,6%		+0,4

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

Les 5 chaînes du groupe M6 se classent parmi les 15 premières chaînes thématiques de TPS sur le public des 15/24 ans

TOP 15 TPS / PdA 15/24 ans

1	TF6	4,0%	+0,2
=	TPS Star	4,0%	-0,1
3	M6music	3,5%	+1,1
4	Cinestar 1	2,2%	=
=	RTL9	2,2%	-0,3
=	Série Club	2,2%	+0,6
7	Fun TV	1,7%	+0,3
8	Game One	1,6%	+0,7
9	MTV	1,2%	+0,4
10	Boomerang	1,1%	-
=	Cinefaz	1,1%	-0,1
=	Cinestar 2	1,1%	-0,1
=	Infosport	1,1%	-0,1
=	Télétoon	1,1%	-0,2
15	Téva	0,8%	+0,1

Source : Mediacabsat Janv-2003 - Juin-2003 / sept.02 - fév.03

TPS continue sa croissance au 1er semestre 2003

- ⇩ 1,438 million d'abonnés à TPS à fin juin 2003 (+4% vs fin juin 2002)
  - ➔ 1,192 million d'abonnés satellite (+6% vs fin juin 2002)
  - ➔ 246 000 abonnés à TPS cinéma sur câble et satellite (France et Outremer)
- ⇩ Une part de marché sur les nouveaux abonnés conforme aux objectifs : proche de 40%
- ⇩ Un taux de désabonnement en baisse

a lancé de nouvelles chaînes au 1er semestre 2003

- Une offre enrichie
  - avril 2003 : 3 nouvelles chaînes pour enfants (Eureka, TFou, Boomerang)
- Au second semestre
  - Une nouvelle offre cinéma à la rentrée

Des résultats d'audience encourageants

⇩ Offre des chaînes cinéma TPS

1ère offre du câble et du satellite sur les 4 ans et + : 1,7% de pda
(TPS Star, 1ère chaîne cinéma sur le câble et satellite : 0,7% pda)

⇩ Chaînes jeunesse : Teletoon

1ère chaîne jeunesse sur toutes les cibles enfants sur la base abonnés
2ème chaîne jeunesse sur l'ensemble câble et satellite

⇩ Sport

Infosport : 46,5% de couverture sur la population abonnée
(+1,8% vs la vague précédente)

- Chiffres clés
- CA publicitaire
- CA consolidé
- Résultat net
- Stratégie du groupe

Les données financières

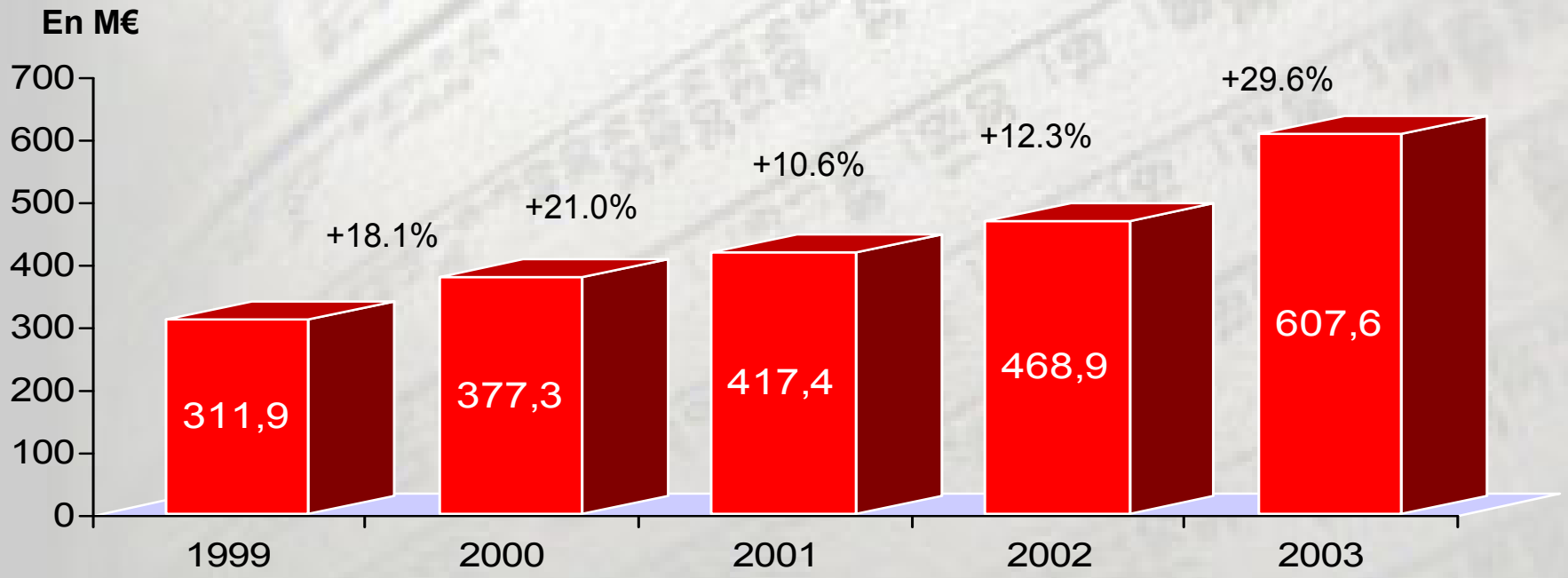
Les chiffres clés publiés et proforma

		Proforma		Publié	
En M€	juin-03	juin-02	%	juin-02	%
CA Consolidé	607.6	548.3	+10.8%	468.9	+29.6%
EBIT	130.0	103.7	+25.4%	107.0	+21.5%
RESULTAT NET	81.9	66.0	+24.1%	66.0	+24.1%
Free Cash Flow	69.1	42.2	+63.7%	58.0	+19.1%

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

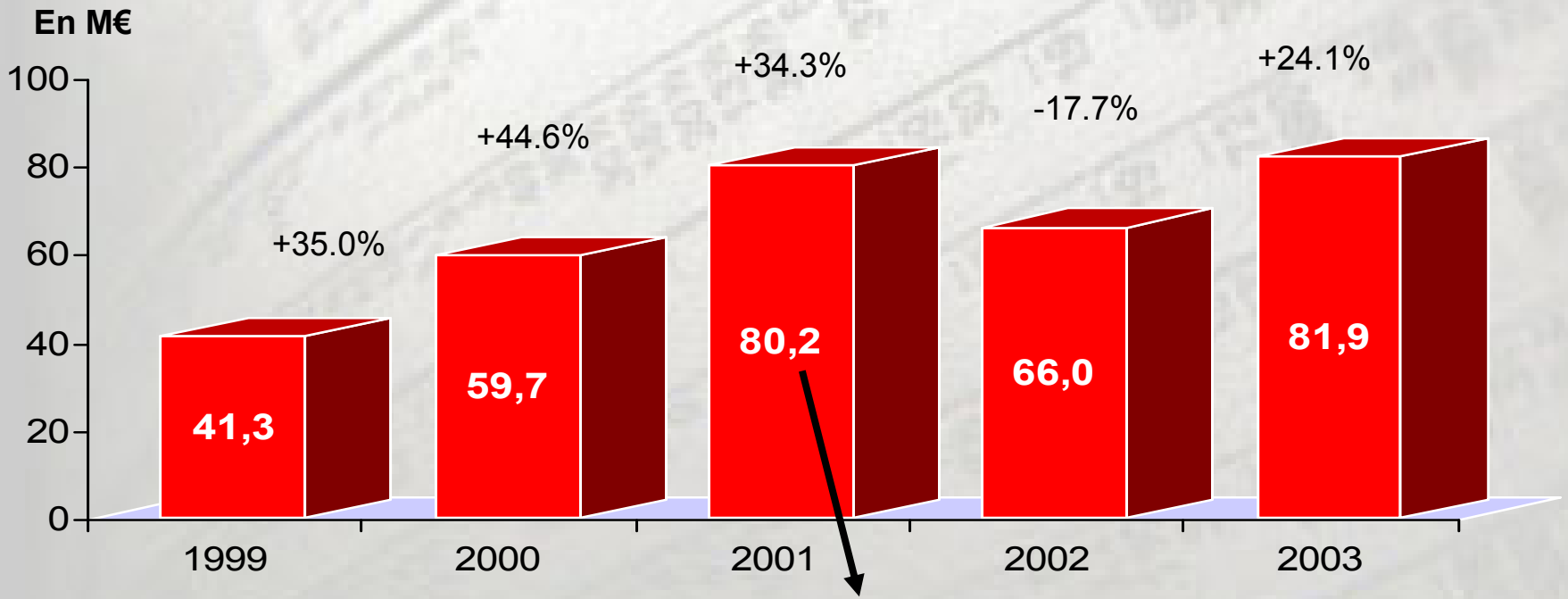
Chiffre d'affaires semestriel consolidé sur 5 ans

18% de croissance en moyenne sur 5 ans



Résultat net semestriel consolidé sur 5 ans

19% de croissance en moyenne sur 5 ans



62,4 M€ hors plus-value de 17,8 M€ sur cession de 50% Série Club

En M€ - Version proforma	juin-03	juin-02	%
Recettes de publicité	309.3	294.5	
CA consolidé publicitaire M6	***300.9***	***287.5***	***+4.7%***
Coût de la régie	*-25.4*	*-24.3*	
Taxes et droits d 'auteurs	*-30.9*	*-28.2*	
Diffusion	*-17.0*	*-17.2*	
Recettes nettes diffuseur	**235.9**	**224.9**	**+4.9%**
Coût de la grille	*-116.8*	*-109.7*	*+6.5%*
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	**119.2**	**115.2**	
Résultat d'exploitation M6	+92.4	+91.5	
Recettes autres activités TV Gratuite	**16.3**	**8.4**	
Autres résultats d'exploitation TV Gratuite	+17.9	+12.6	
RESULTAT D'EXPLOITATION TV GRATUITE	**+110.3**	**+104.0**	**+6.0%**

En M€ - Version proforma	juin-03	juin-02	%
Recettes des diversifications	*189.4*	*156.8*	*+20.8%*
RESULTAT D'EXPLOITATION DIVERSIFICATIONS	**+13.8**	**+4.7**	**ns**
Recettes TPS	*89.0*	*84.2*	
Recettes Chaînes Thématiques	*12.0*	*11.3*	
Résultat d'exploitation TPS	+4.5	-3.3	
Résultats d'exploitation Chaînes Thématiques	+1.4	-1.7	
RESULTAT D 'EXPLOITATION TV NUMERIQUE	**+6.0**	**-5.0**	**ns**
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+130.0	+103.7	+25.3%
%CA	*21%*	*19%*	

En M€ - Version proforma		juin-03	juin-02	%
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)		**+130.0**	**+103.7**	**+25.3%**
Résultat financier		+0.5	-0.0	
RESULTAT COURANT		**+130.5**	**+103.7**	**+25.8%**
Résultat exceptionnel		-1.6	-1.4	
Amortissement des Goodwills		-1.2	-1.1	
Sociétés mises en équivalence		-0.8	-1.6	
Résultat avant impôt		**+127.0**	**+99.6**	**+27.4%**
	%CA	***21%***	***18%***	
Impôt		-45.2	-34.1	
RESULTAT NET		**+81.7**	**+65.5**	**+24.7%**
	%CA	***13%***	***12%***	
Résultat hors groupe		0.2	0.5	
RESULTAT NET		+81.9	+66.0	+24.1%

Résultat consolidé analytique - Version proforma

En M€ - Version publiée	juin-03	juin-02	%
Recettes de publicité	309.3	294.5	
CA consolidé publicitaire M6	***300.9***	***288.0***	***+4.5%***
Coût de la régie	*-25.4*	*-24.3*	
Taxes et droits d 'auteurs	*-30.9*	*-28.2*	
Diffusion	*-17.0*	*-17.2*	
Recettes nettes diffuseur	**235.9**	**224.9**	**+4.9%**
Coût de la grille	*-116.8*	*-109.7*	*+6.5%*
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	**119.2**	**115.2**	**+3.4%**
Résultat d'exploitation M6	+92.4	+91.5	
Recettes autres activités TV Gratuite	**16.3**	**8.9**	
Autres résultats d'exploitation TV Gratuite	+17.9	+12.6	
RESULTAT D'EXPLOITATION TV GRATUITE	**+110.3**	**+104.0**	**+6.0%**

En M€ - Version publiée	juin-03	juin-02	%
Recettes des diversifications	*189.4*	*156.9*	*+20.8%*
RESULTAT D'EXPLOITATION DIVERSIFICATIONS	**+13.8**	**+4.7**	
Recettes TPS	*89.0*	*-*	
Recettes Chaînes Thématiques	*12.0*	*15.1*	
Résultat d'exploitation TPS	+4.5	-	
Résultats d'exploitation Chaînes Thématiques	+1.4	-1.7	
RESULTAT D'EXPLOITATION TV NUMERIQUE	**+6.0**	**-1.7**	**ns**
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+130.0	+107.0	+21.5%
%CA	*21%*	*23%*	

En M€ - Version publiée		juin-03	juin-02	%
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)		**+130.0**	**+107.0**	**+21.5%**
Résultat financier		+0.5	+2.4	
RESULTAT COURANT		**+130.5**	**+109.4**	**+19.6%**
Résultat exceptionnel		-1.6	-1.7	
Amortissement des Goodwills	-1.2	-1.8		
Sociétés mises en équivalence		-0.8	-5.5	
Résultat avant impôt		**+127.0**	**+100.4**	**+26.4%**
	%CA	***21%***	***21%***	
Impôt		-45.2	-35.0	
RESULTAT NET		**+81.7**	**+65.5**	**+24.8%**
	%CA	***14%***	***14%***	
Résultat hors groupe		0.2	0.5	
RESULTAT NET		+81.9	+66.0	+24.1%

Résultat consolidé analytique - Version publiée

Evolution de la marge brute de la grille

M€	juin-01	2001	juin-02	2002	juin-03
Recettes nettes diffuseur	226.8	421.8	225.3	431.0	235.9
Coût de la grille	(101.1)	(205.9)	(109.6)	(222.7)	(116.8)
Marge brute de la grille	125.7	215.9	115.7	208.3	119.1
Marge brute en %	***55.4%***	***51.2%***	***51.4%***	***48.3%***	***50.5%***

Détail des Diversifications

	Proforma et publié		
En M€	juin-03	juin-02	%
M6 Interactions	111.3	89.9	+23.8%
Téléachat	48.8	45.4	+7.5%
Les Girondins	15.9	15.0	+5.7%
M6 Web	13.4	6.5	+105.6%
CA DIVERSIFICATIONS	**189.4**	**156.9**	**+20.8%**

Contribution des Diversifications

En M€	Proforma juin-03	Proforma juin-02	%
M6 Interactions, SND	10.7	10.6	+0.9%
HSS	2.8	2.3	+21.7%
M6 Web	5.0	-0.9	na
Les Girondins	-4.7	-7.3	+35.6%
Résultat d'exploitation des DIVERSIFICATIONS	**13.8**	**4.7**	**+194%**

BILAN ACTIF

En M€	juin-03	Proforma juin-02	Proforma %	Publié juin-02	Publié %
ACTIF IMMOBILISE	**305.0**	**296.1**	**+3.0%**	**221.6**	**+37.6%**
Stocks	230.5	262.0	-12.0%	218.3	+5.6%
Créances et cptes de régul.	489.3	470.4	+4.0%	421.3	+16.1%
Trésorerie	244.2	165.3	+47.7%	233.3	+4.7%
ACTIF CIRCULANT	**964.0**	**897.7**	**+7.4%**	**872.9**	**+10.4%**
TOTAL ACTIF	1 269.0	1 193.8	+6.3%	1 094.5	+15.9%
dont actions propres	68.7	70.4		70.4	

BILAN PASSIF

En M€	juin-03	Proforma juin-02	Proforma %	Publié juin-02	Publié %
FONDS PROPRES	**370.3**	**303.5**	**+22.0%**	**317.5**	**+16.6%**
Intérêts minoritaires	0.2	0.1	-	0.1	-
Provisions pour risques et charges	95.9	79.9	+20.0%	191.3	-49.9%
Dettes financières *	79.7	99.8	-20.1%	-	-
Dettes d'exploitation et divers	722.9	710.5	+1.8%	585.6	+23.4%
TOTAL PASSIF	1 269.0	1 193.8	+6.3%	1 094.5	+15.9%

* Quote-part de la dette de TPS

TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDE

En M€		juin-03	Proforma juin-02		Publié juin-02
Flux de trésorerie d'exploitation		99.9	100.6		83.0
Flux de trésorerie d'investissement		-30.8	-58.4		-25.0
FREE CASH FLOW	**69.1**	**42.2**		**58.0**	
FLUX DE TRESORERIE DE FINANCEMENT		**-84.4**	**-80.9**		**-73.1**
Variation globale de trésorerie		-15.3	-38.7		-15.1
TRESORERIE A LA CLOTURE		**244.2**	**165.3**		**233.3**
TRESORERIE après provision sur actions		**202.9**	**138.0**		**206.0**

Groupe M6

Résultats Semestriels 2003

Réunion des analystes

28 juillet 2003

Questions