

The background features a collage of images related to French television. On the left, there's a photo of four people from the show 'Nouvelle Star' with the show's logo below them. Above that is a photo of three people. To the right, there's a large, stylized M6 logo in blue and pink. Further right, there's a photo of a man in a suit with the 'z=ne' logo. The central text is overlaid on a large, rounded, pinkish-purple shape.

*Réunion des
analystes*

29 juillet 2004



AVERTISSEMENT PRELIMINAIRE



Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du groupe M6, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.

Toute référence à des performances passées du groupe M6 ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

Le contenu de 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.

FAITS MARQUANTS DU SEMESTRE



TV GRATUITE

M6 La chaîne

Production / Droits TV

DIVERSIFICATION

Autres médias
(Interactions)

Téléachat

TV NUMERIQUE

Chaînes thématiques

Satellite (TPS)

- La 2ème chaîne la plus regardée
 - 12,5% pda 4 ans et +
 - 19% pda ménagères <50 ans
- La 2ème chaîne la plus investie:
 - une forte croissance du CA publicitaire à 23% de pdm
- Un investissement efficace dans les programmes

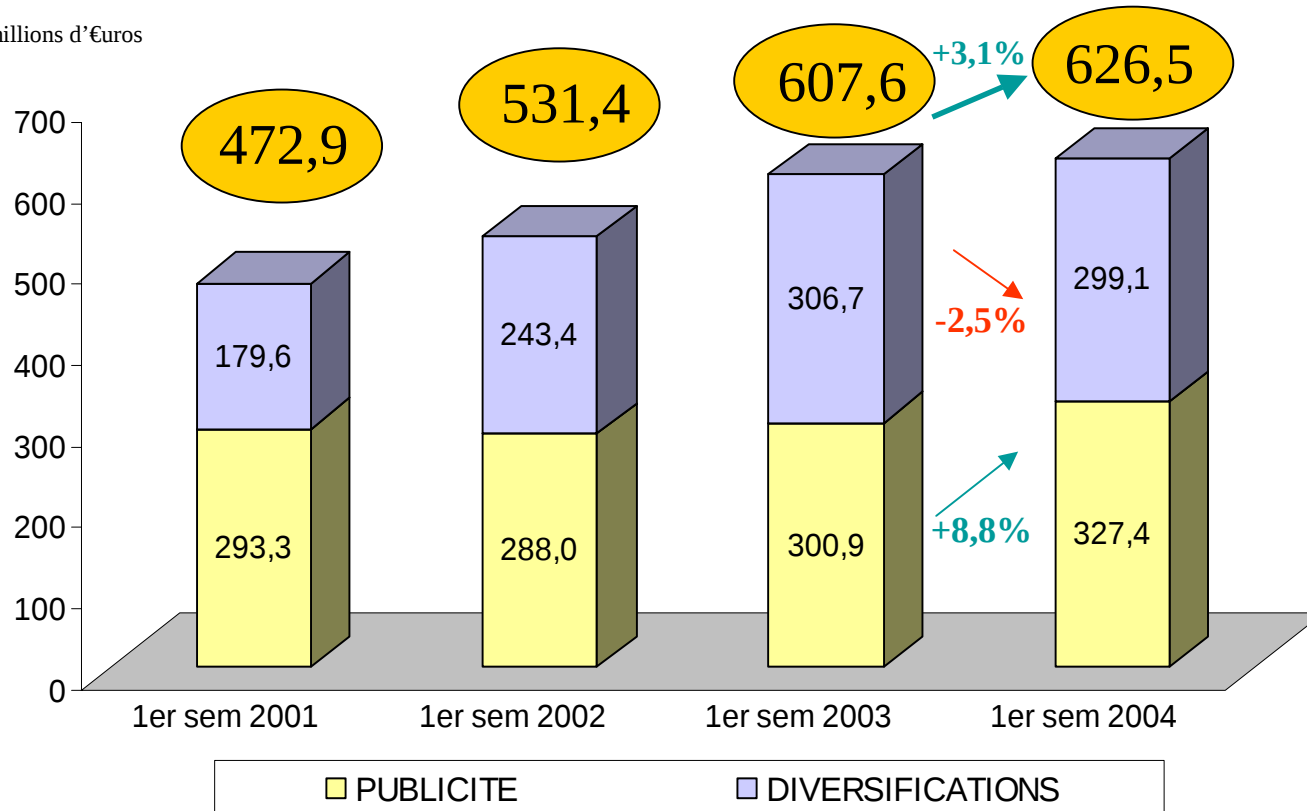
- Musique: maintien des marges sur un marché difficile
- Téléachat: croissance soutenue et lancement réussi de la chaîne 24h
- Internet: poursuite de la croissance et maintien de la rentabilité

- Un succès confirmé par Mediacabsat (vague 6 et 7)
- L'acquisition de Paris Première
- TPS: Un premier semestre positif

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR METIER



En millions d'€uros



TCAM

+9,8%

+18,5%

+3,7%

TELEVISION GRATUITE

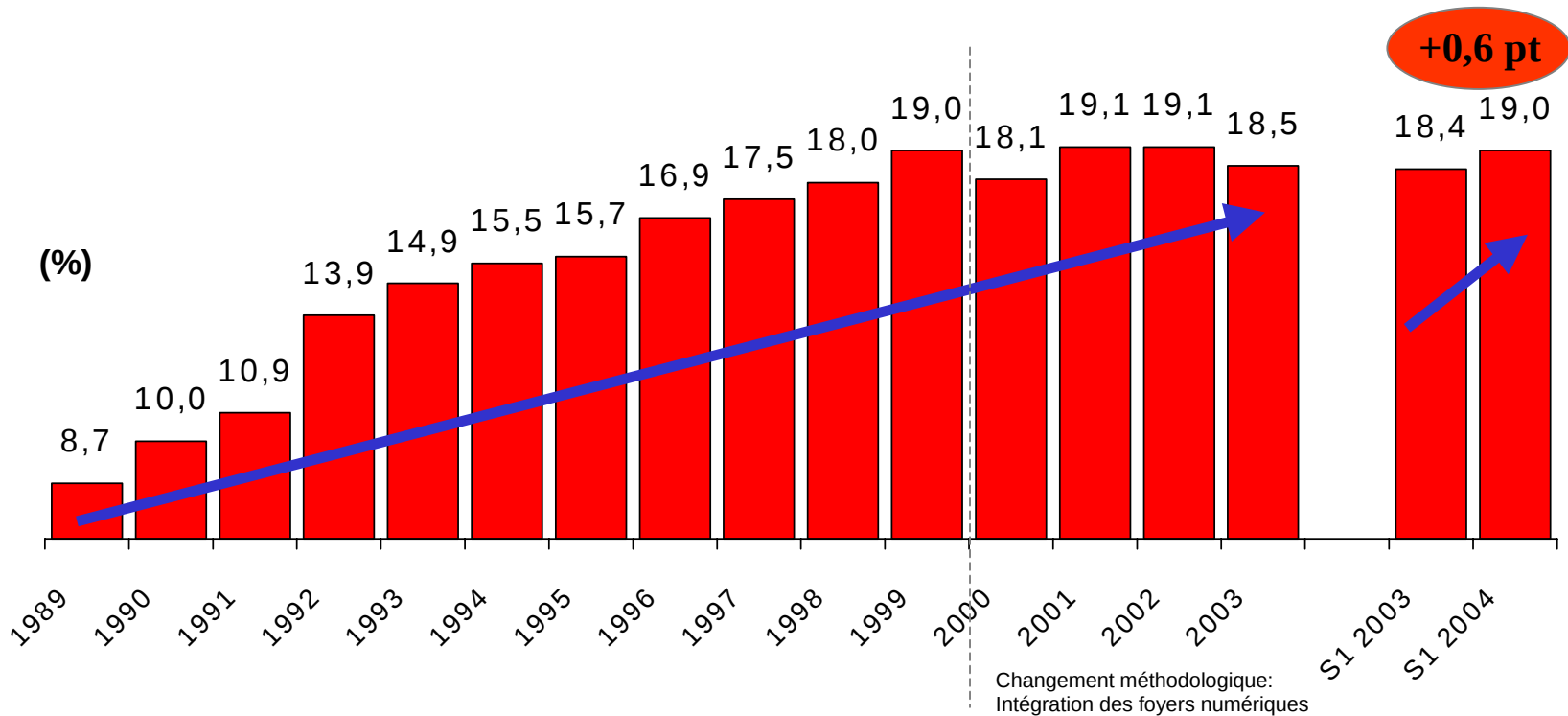
- > AUDIENCES*
- > PROGRAMMES*
- > PUBLICITE*



AUDIENCES

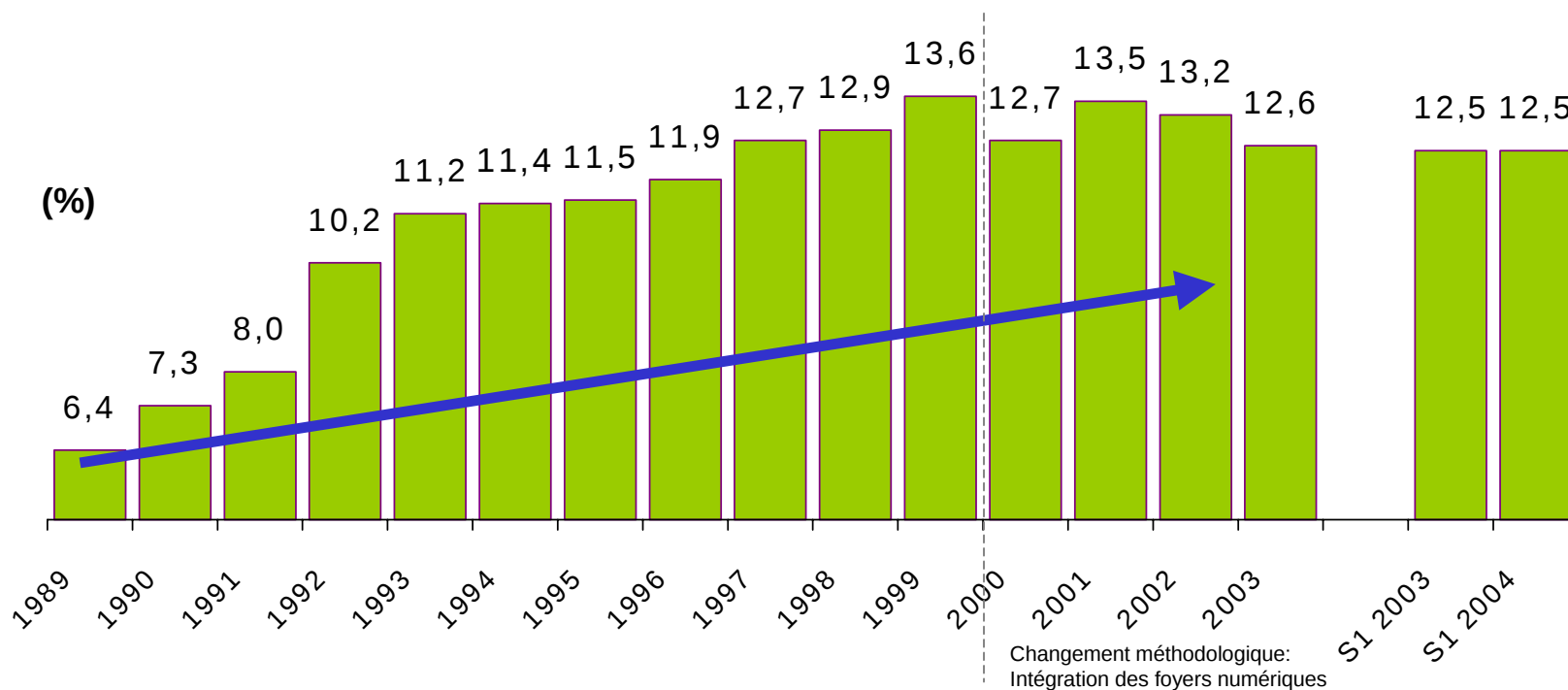
- ▶ *CROISSANCE DES TRANCHES HORAIRES*
- ▶ *LE TOP 20*
- ▶ *LES STANDARDS PROGRESSENT*

UNE PART D'AUDIENCE EN PROGRESSION (MENAGERES < 50 ANS)



AUGMENTATION PROGRESSIVE DES AUDIENCES M6 DE 1989 AU 1er sem 2004 – MENAG. < 50

UNE PART D'AUDIENCE EN PROGRESSION (4 ANS ET PLUS)

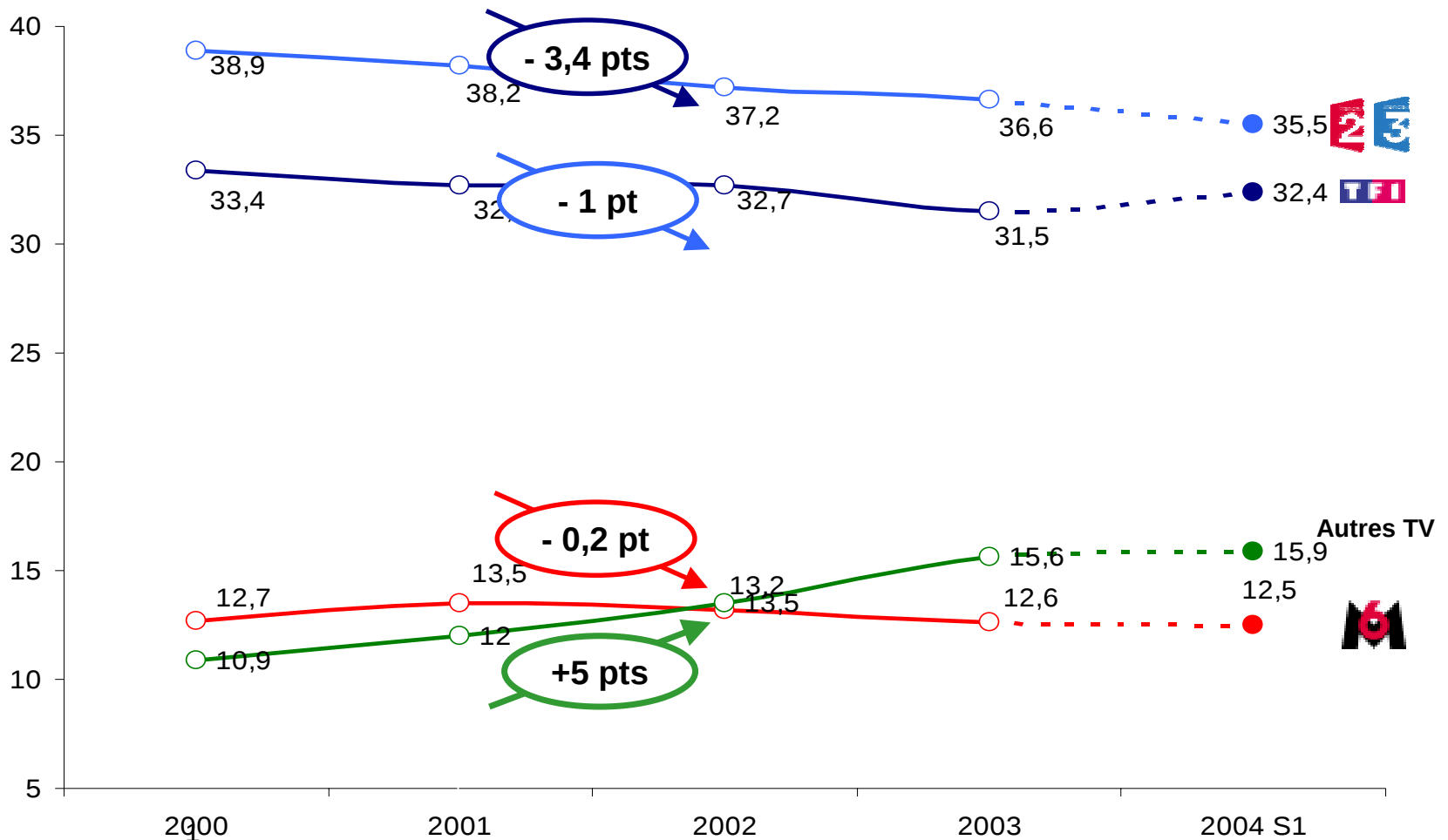


AUGMENTATION DE LA PART D'AUDIENCE M6 DE 1989 AU 1er sem 2004 – 4 ANS ET PLUS

PART D'AUDIENCE (INDIVIDUS 4 ANS ET PLUS)



Pda, Individus 4 ans et plus



UNE CROISSANCE EN JOURNEE ET EN SOIREE



PART AUDIENCE MENAGERES < 50

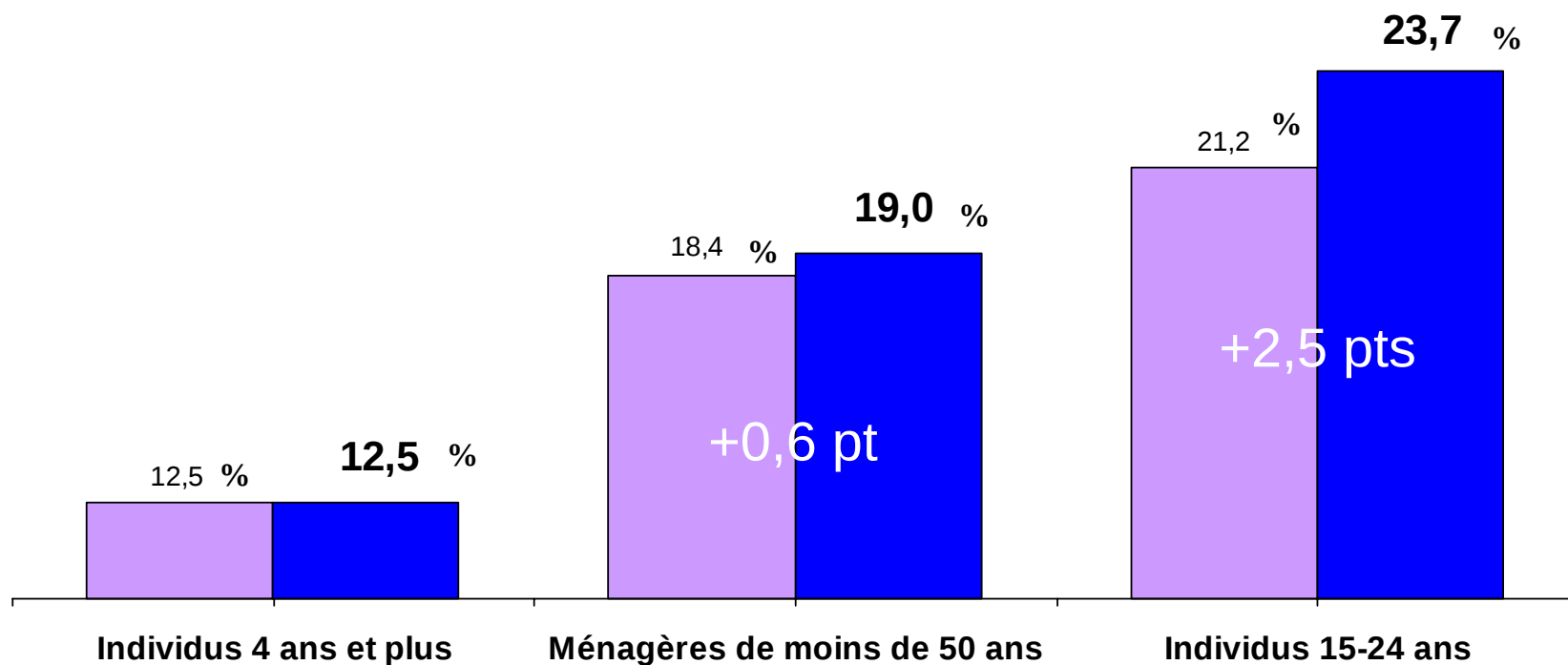
	Jan - Juin 2003	Jan - Juin 2004	
Day time (7h- 18h)	16,8%	17,7%	↗ +0,9 pt
Access (18h - 20h55)	19,5%	20,9%	↗ +1,4 pt
Prime time (20h55 - 22h40)	19,6%	19,8%	↗ +0,2 pt
Night time (22h40 - 24h30)	19,1%	19,0%	↘ -0,1 pt

UN SEMESTRE REUSSI SUR NOS CIBLES COMMERCIALES



■ 1er semestre 2003

■ 1er semestre 2004



LES PRODUCTIONS M6 TOUJOURS BIEN PLACEES DANS LE TOP 20



• 50% des 20 premières audiences du 1er semestre 2004 sont des productions ou des coproductions M6

		MILLIONS 4+
	Lun 08/03/04	FILM. ARMAGEDDON 5,4
	Dim 04/01/04	CAPITAL - DESTINATION DE REVE 5,2
	Dim 11/01/04	ZONE INTERDITE - LES POMPIERS DE L EXTREME 5,0
	Lun 02/02/04	FILM. RONIN 5,0
	Lun 16/02/04	FILM. JACKIE CHAN DANS LE BRONX 5,0
	Dim 01/02/04	CAPITAL - LES LIEUX SECRETS DU COMMERCE 4,9
	Lun 05/04/04	FILM. MARY A TOUT PRIX 4,9
	Lun 29/12/03	DA. ASTERIX ET LES INDIENS 4,8
	Mer 17/03/04	SERIE. N C I S ENQUETES SPECIALES 4,7
	Jeu 26/02/04	BACHELOR LE GENTLEMAN CELIBATAIRE 4,6
	Lun 23/02/04	JEU. PERMIS DE CONDUIRE LE GRAND TEST 4,6
	Jeu 27/05/04	FILM. IL FAUT SAUVER LE SOLDAT RYAN 4,5
	Dim 28/03/04	FILM. LE CAVE SE REBIFFE 4,5
	Mer 11/02/04	JEU. NOUVELLE STAR 4,5
	Ven 13/02/04	VARIE. HITS DE DIAMANT 4,4
	Ven 02/01/04	LA SAGA DES GAFFES 4,4
	Lun 01/03/04	FILM. SHANGHAI KID 4,4
	Dim 14/03/04	CAPITAL - LA VIE EN ENTREPRISE 4,3
	Lun 05/07/04	FILM. LE GENDARME EN BALADE 4,3
	Mar 03/02/04	ON A ECHANGE NOS MAMANS 4,3



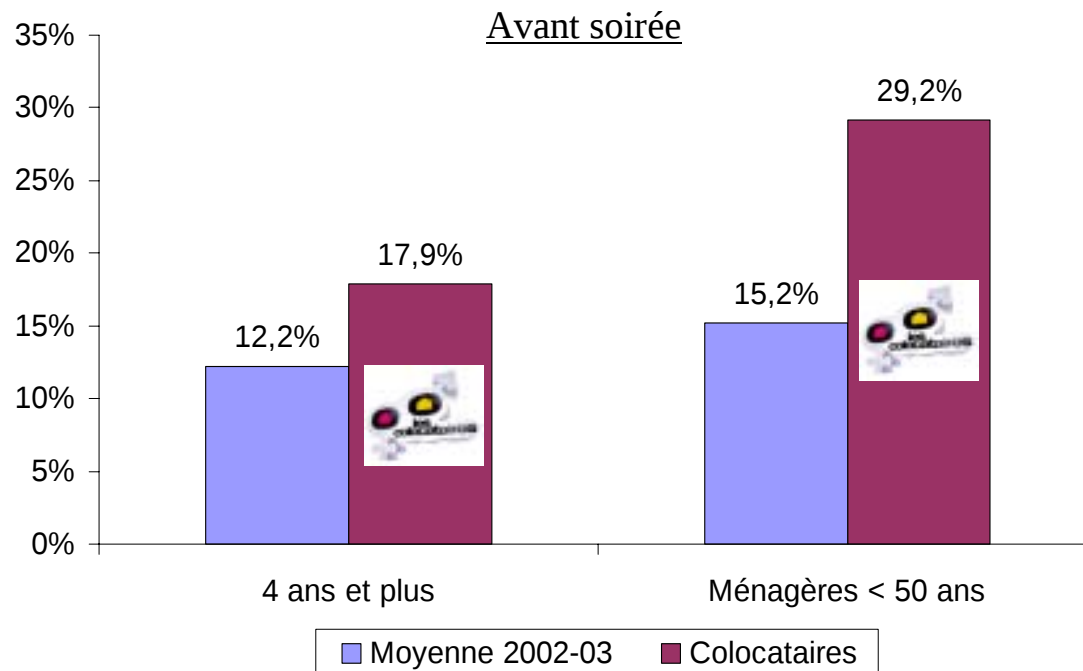
PROGRAMMES

- ▶ *LES RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE*
- ▶ *LES PROGRAMMES DE LA RENTREE*

LES COLOCATAIRES: SUCCES EN AVANT-SOIRÉE



- Scores satisfaisants en avant-soirée
1,7 million de téléspectateurs



- Programme performant sur les jeunes
45,5% de part d'audience 15-24 ans (à 18h00)
22,2% de part d'audience 35-49 ans (à 18h00)

LE CHANTIER: UN PROGRAMME RENTABLE



2,8 M de téléspectateurs
19,9% de PDA Mén<50 ans
28,4% de Pda 15-34 ans



SUCCES DES MAGAZINES ET DOCUMENTAIRES DE LA VIE



ON A ECHANGE NOS MAMANS / Mardi à 20h50
3,5 M de téléspectateurs / +13% vs 2002-2003



AFFAIRES DE FAMILLE / Mardi à 20h50
3,3 M de téléspectateurs / +6% vs 2002-2003

MA VIE AUX URGENCES / Mardi à 20h50
3,6 M de téléspectateurs / +16% vs 2002-2003



J'AI DECIDE D'ETRE BELLE / Mardi à 20h50
3,6 M de téléspectateurs / +16% vs 2002-2003



J'AI DECIDE DE CHANGER DE LOOK / Mardi 25/05/04 à 20h50
2,8 M de téléspectateurs



SUCCES DES JEUX / DIVERTISSEMENTS



NOUVELLE STAR – Saison 2

Jeudi à 20h50

3,9 M de téléspectateurs

+26% vs la saison 1 en 2003



BACHELOR LE GENTLEMAN CELIBATAIRE – Saison 2

Jeudi à 20h50

3,7 M de téléspectateurs

+19% vs la saison 1 en 2003

SUCCES DES JEUX / DIVERTISSEMENTS



Succès des événements



LE GRAND CLASSEMENT

3,6 M de téléspectateurs

LA SAGA ... - LE GRAND ZAP / Vendredi à 20h50

3,3 M de téléspectateurs / +18% vs 2002-2003



HITS DE DIAMANT / Vendredi
à 20h50

4,3 M de téléspectateurs

GENERATION HIT / Du Lundi au Vendredi à 17h00

700 000 téléspectateurs / +17% vs 1er semestre 2003



C'EST PAS TROP TOT / Du Lundi au Vendredi - de 07h30 à 09h00

270 000 téléspectateurs / +29% vs septembre-décembre 2003

INFORMATION ET MAGAZINES



LE 6 MINUTES / Du Lundi au Dimanche à 19h50
3,2 M de téléspectateurs / +7% vs 2002-2003

E EGAL M6 / Dimanche à 20h05
2,9 M de téléspectateurs / +12% vs 2002-2003



DOCS DE CHOC / Mercredi à 22h30
1,2 M de téléspectateurs

LES MAGAZINES



CAPITAL / Dimanche à 20h50

4,2 M de téléspectateurs / +2% vs 2002-2003

ZONE INTERDITE / Dimanche à 20h50

3,9 M de téléspectateurs / +3% vs 2002-2003



SECRETS D'ACTUALITE / Dimanche à 23h00

1,8 M de téléspectateurs / comparable à la saison 2002-2003

SUCCES DES SERIES: UNE GARANTIE POUR LES FUTURES SAISONS



NAVY NCIS

4,0 M de téléspectateurs / +33% vs 2002-2003

DEAD ZONE / Samedi à 20h50

3,0 M de téléspectateurs / +7% vs 2002-2003

SMALLVILLE – Saison 3 / Samedi à 20h50

3,3 M de téléspectateurs / +18% vs 2002-2003

CHARMED – Saison 5 / Samedi à 20h50

3,3 M de téléspectateurs / +18% vs 2002-2003

STARGATE SG1 – Saison 7 / Vendredi à 20h50

3,2 M de téléspectateurs / +17% vs 2002-2003

LEA PARKER / Dimanche à 19h00

2,3 M de téléspectateurs / +5% vs 1er semestre 2003

UN DOS TRES / Mercredi à 15h25

1,0 M de téléspectateurs / +11% vs début 2004



PROGRAMMES RENTREE 2004



- »» Renforcement des magazines et documentaires en soirées 1 et 2
- »» Divertissement: création de nouvelles marques
- »» De la télé-réalité au docu-réalité
- »» Fiction française: des comédies et des 90' récurrents

MAGAZINES / DOCUMENTAIRES



Les « magazines de la vie »



Une nouvelle case de documentaires exceptionnels, présentés par Marc Lesggy



MAGAZINES / DOCUMENTAIRES



Trois deuxièmes parties de soirée consacrées à l'info

► Talk show hebdomadaire d'Emmanuel Chain



► SECRETS D'ACTUALITE / CULTURE PUB



► DOCS DE CHOC présenté par Marielle Fournier



DIVERTISSEMENTS



Création de nouvelles émissions récurrentes

Le grand classement

Drôles d'équipes

Le grand piège

Le Bluff impossible

Gloire et fortune: la grande imposture



DE LA TELE-REALITE AU DOCU-REALITE



*Le pensionnat
de Chavagnes*



*Autres projets en
développement*



CINEMA FRANCAIS



Films coproduits par M6 sortis depuis janvier 2004 (*en entrées cinéma*)

»» Podium	3 559 786	
»» Les 11 commandements	2 956 700	
»» Double Zéro	1 831 314	(en exploitation)
»» People Jet Set 2	799 550	
»» Qui perd gagne	422 562	(en exploitation)
»» L'Américain	263 758	(en exploitation)
»» A ton image	51 663	

Chiffres au dimanche 25 juillet 2004



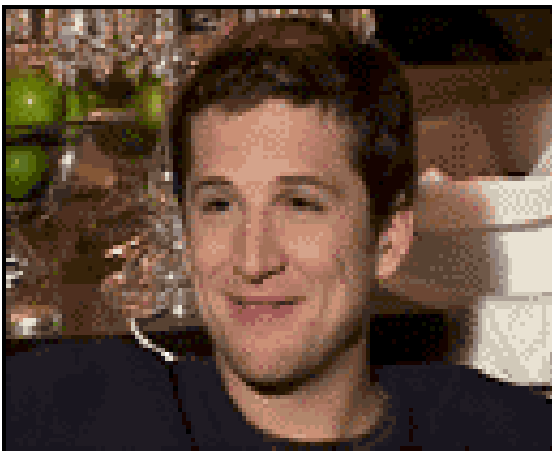
CINEMA FRANCAIS



Films à venir en 2004:

*Arsène Lupin (SND): 13 octobre
avec Romain Durris, Kristin Scott
Thomas*

*Narco: 1er décembre
avec Guillaume Canet*





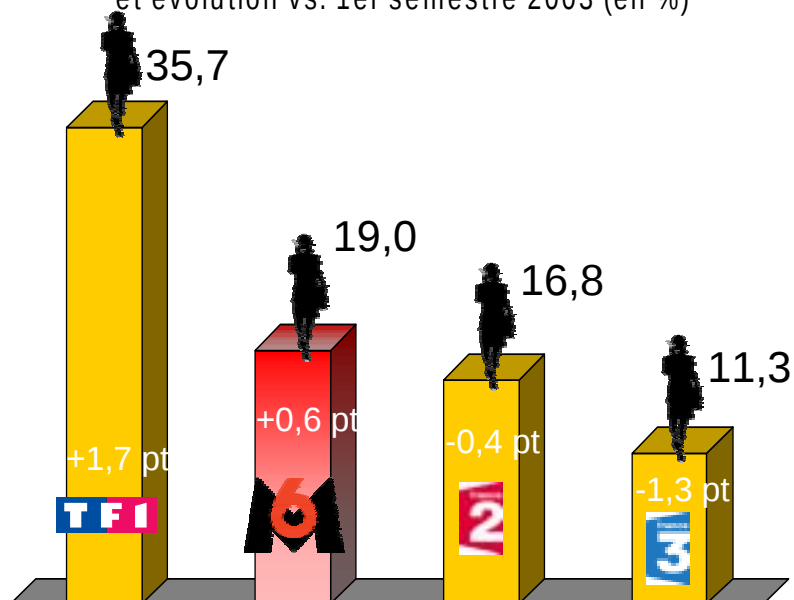
PUBLICITE

- ▶ *MARCHE*
- ▶ *RESULTATS*

2^{ème} CHAÎNE EN AUDIENCE (M<50ans) 2^{ème} CHAÎNE LA PLUS INVESTIE

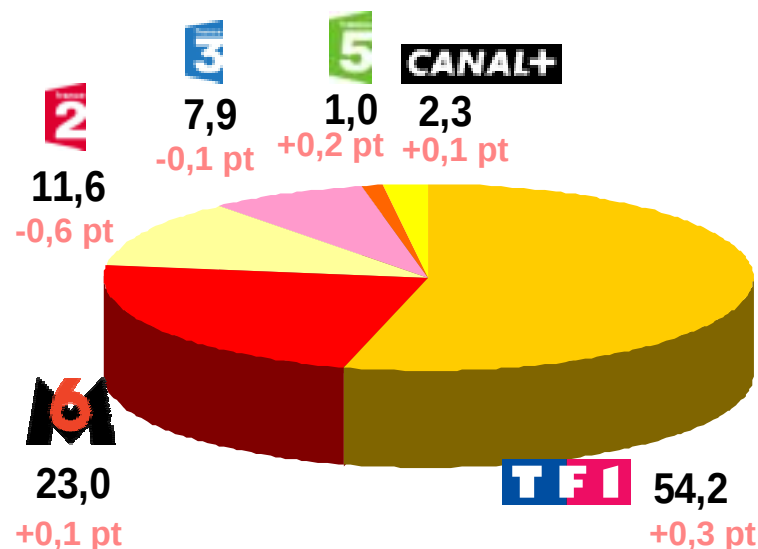


Parts d'audience ménagères moins de 50 ans
et évolution vs. 1er semestre 2003 (en %)



Source Médiamétrie/Médiamat 1er semestre 2003-2004

Parts de marché publicitaire en brut
(en %)



Source Secodip 1er semestre 2004

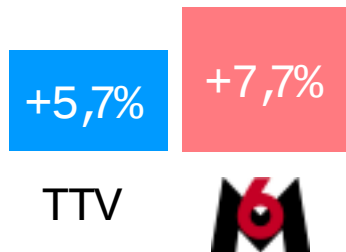
UN BASSIN PUBLICITAIRE EN FORTE CROISSANCE



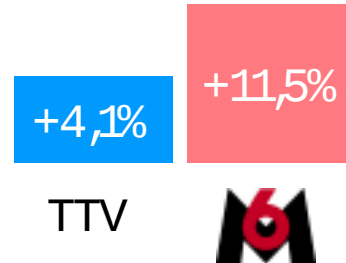
Le bassin publicitaire de M6 1er sem 2004 vs 1er sem 2003

- Grâce à une forte augmentation de l'audience

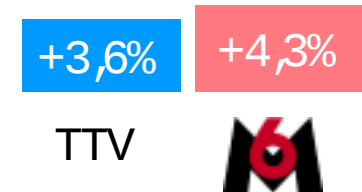
Ménagères < 50 ans



Ménagères avec enfants

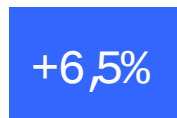


Ind. 25-49 ans

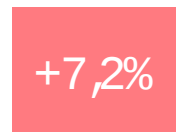


- Grâce à un tarif moyen en forte hausse

EvoLCA BrutTTV



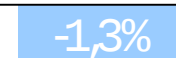
EvoLCA BrutM6



Effet tarif



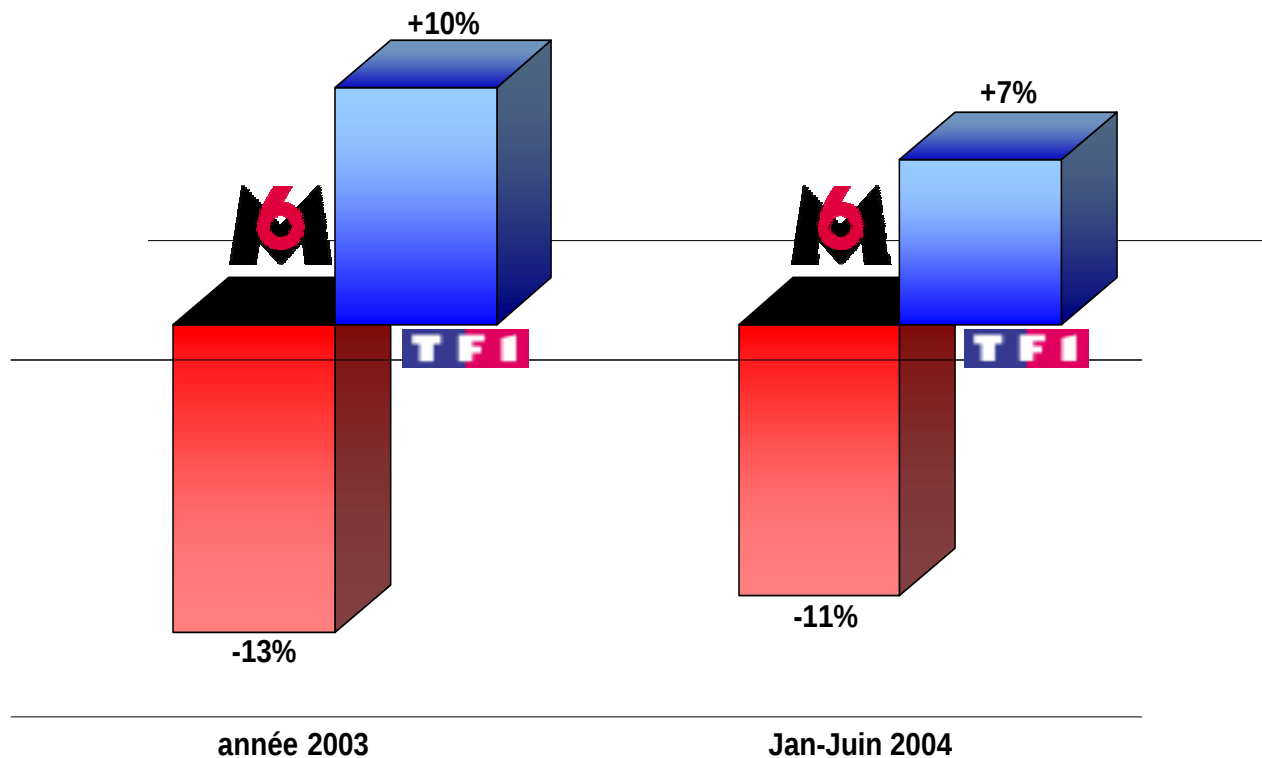
Effet volume



UN DIFFERENTIEL DE PRIX TOUJOURS FAVORABLE A LA CROISSANCE



Ecart* coût GRP mén<50 ans vs moyenne TV



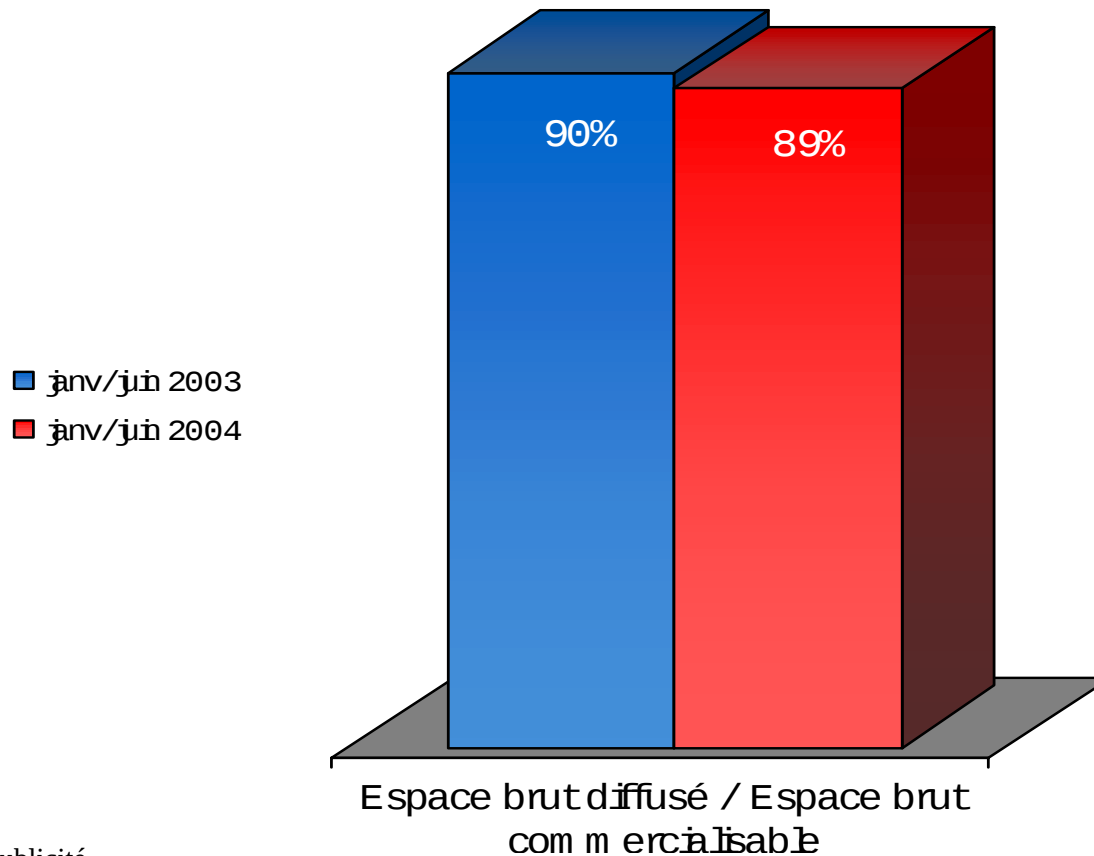
Source: PopCorn, 2003 et janvier-juin 2004

* tarif moyen brut/audience moyenne

2004: MAINTIEN DU POTENTIEL DE CROISSANCE EN VOLUME



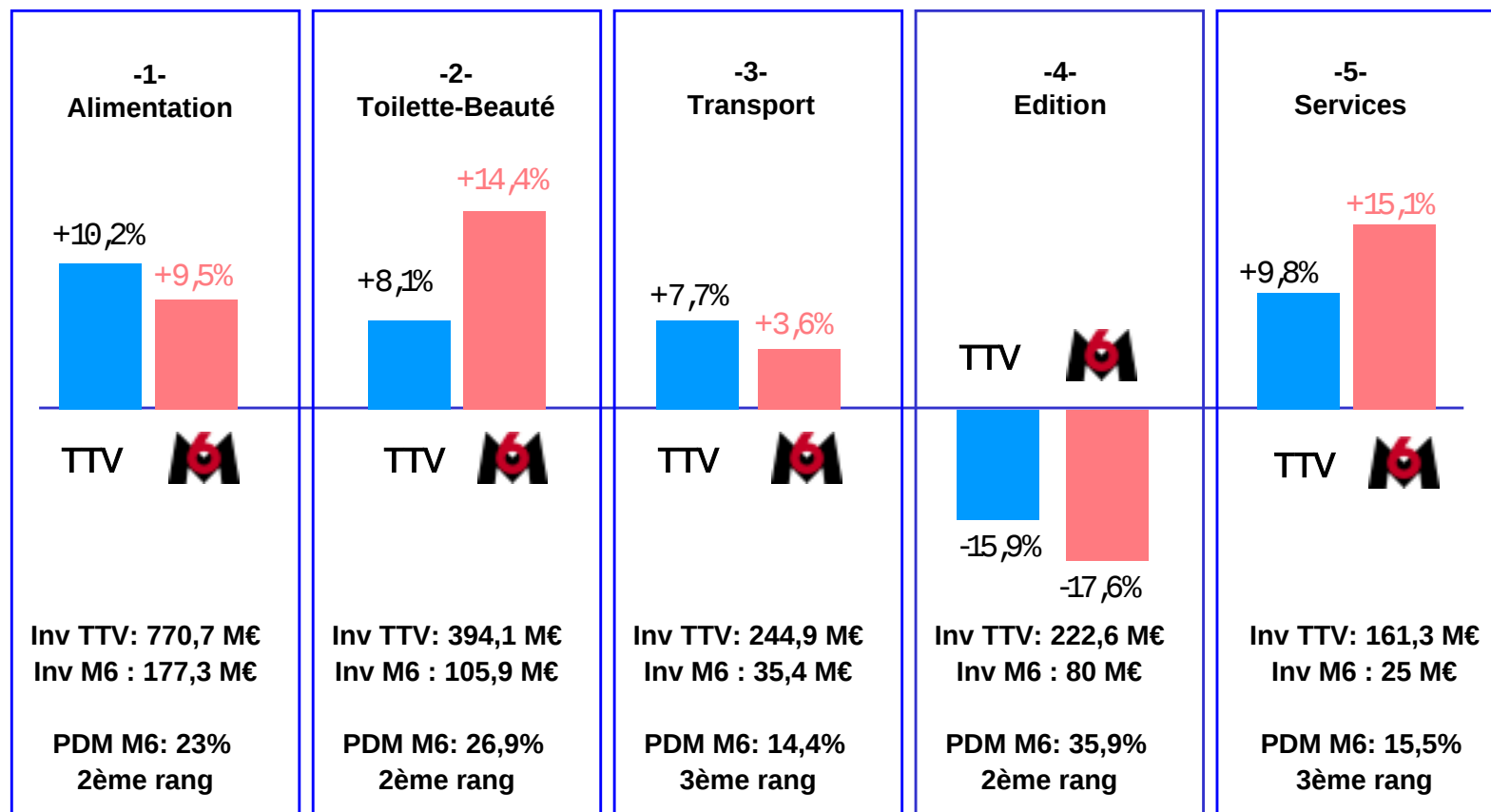
Taux de remplissage des écrans publicitaires: janv. / juin 2004



UNE FORTE DEMANDE SUR 4 DES 5 PREMIERS SECTEURS EN TV



Evolution sectorielle 1er sem 04 vs 1er sem 03



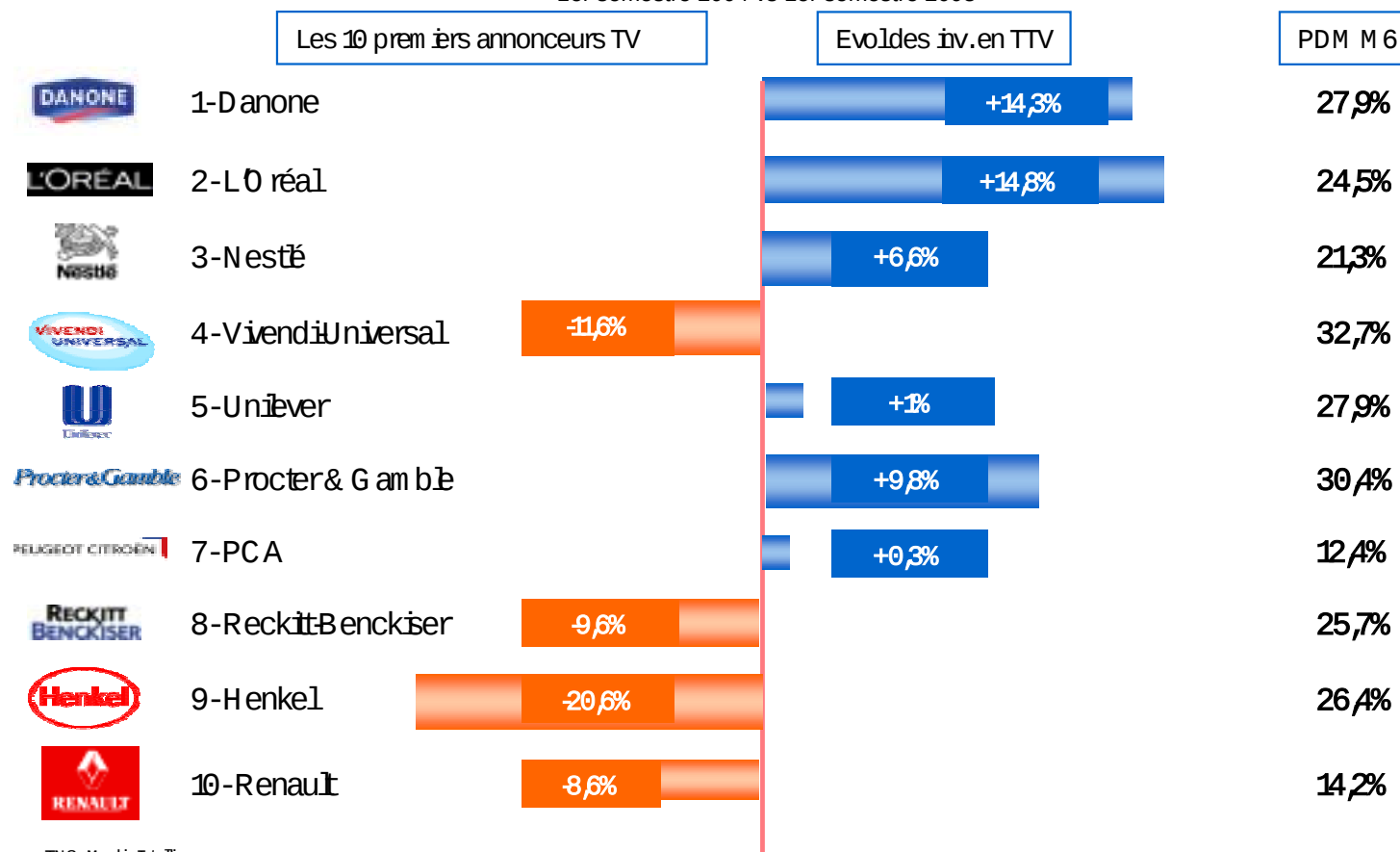
EVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DES 10 PREMIERS ANNONCEURS TV



- M6 est la 2ème chaîne la plus investie sur 8 des 10 premiers annonceurs TV (PCA et Renault: M6 est 3ème chaîne)

Evolution des investissements bruts par annonceur

1er semestre 2004 vs 1er semestre 2003



LA MAUVAISE SANTE ECONOMIQUE DU MARCHE DE L'EDITION



- Pour la 1ère fois, les investissements publicitaires en TV de l'édition vidéo-DVD pèsent autant que ceux de l'édition musicale

Evolution sectorielle 1er sem 04 vs 1er sem 03

L'édition musicale

94,7 M€

Evol. TTV: -32%
Evol. M6: -29,2%



L'édition vidéo-DVD

90 M€

Evol. TTV: +5,5%
Evol. M6: -1,9%

Sony Music



L'ARRIVEE DE LA PRESSE DYNAMISE LE MARCHE PUBLICITAIRE TV

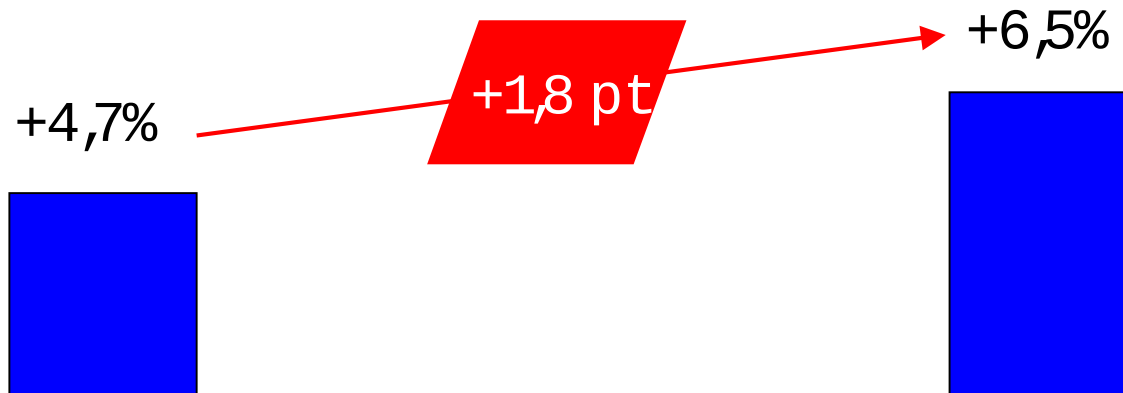


- 45,4 M€ d'investissements en TTV hertzienne: le secteur de la presse contribue à hauteur de +1,8 pt dans la croissance du média TV.

Evolution sectorielle 1er sem 04 vs 1er sem 03

Progression des investissements
en TTV **hors presse**
janv-juin 2004 vs janv-juin 03

Progression des investissements
en TTV
janv-juin 2004 vs janv-juin 03



BILAN DE L'OUVERTURE DES SECTEURS INTERDITS SUR LES CHAINES THEMATIQUES

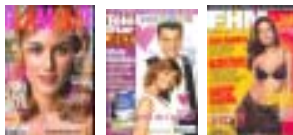
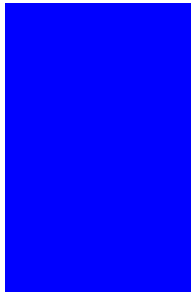


- Faible investissement de la distribution et de l'édition littéraire toujours non autorisées sur les chaînes hertziennes (base janvier-mai 2004)

Investissements bruts des trois secteurs sur l'ensemble des chaînes thématiques Janvier-Mai 2004

LA PRESSE

3 459 K€



LA DISTRIBUTION

Nouveaux entrants: 2 708 K€



Champion



LA REDOUTE

L'ÉDITION LITTÉRAIRE

453 K€



Flammarion
Rentrée littéraire 2003

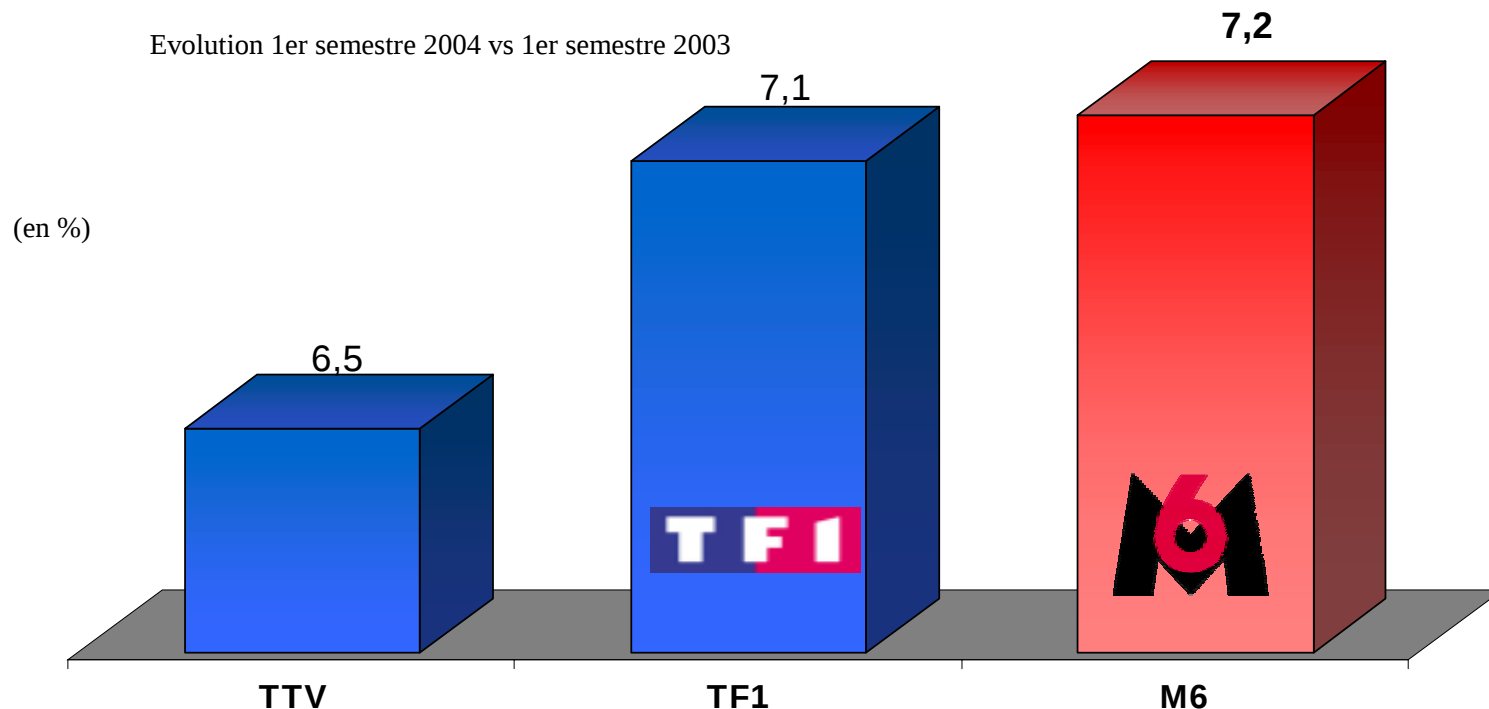
Michel Lafon

UNE DES PLUS FORTES CROISSANCES DU MARCHE TELEVISION



Evolution des recettes brutes

Evolution 1er semestre 2004 vs 1er semestre 2003



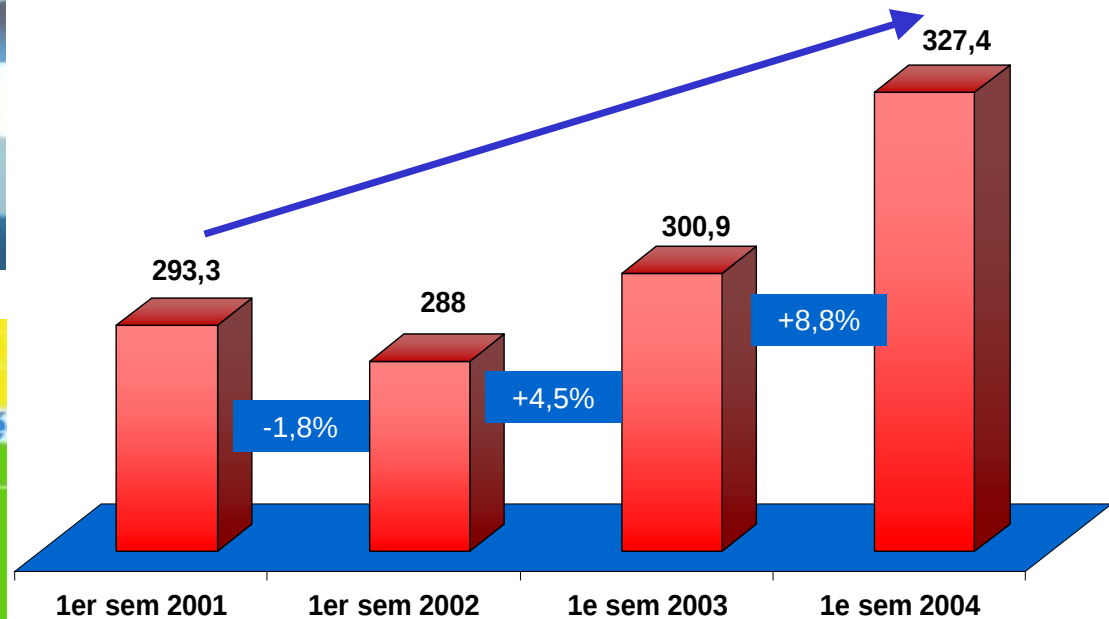
Source: Secodip

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

EVOLUTION SEMESTRIELLE 2001-2004



Evolution des recettes nettes publicitaires semestrielles (parrainages et écrans publicitaires), en millions d'euros



Source: M6 publicité

DIVERSIFICATION

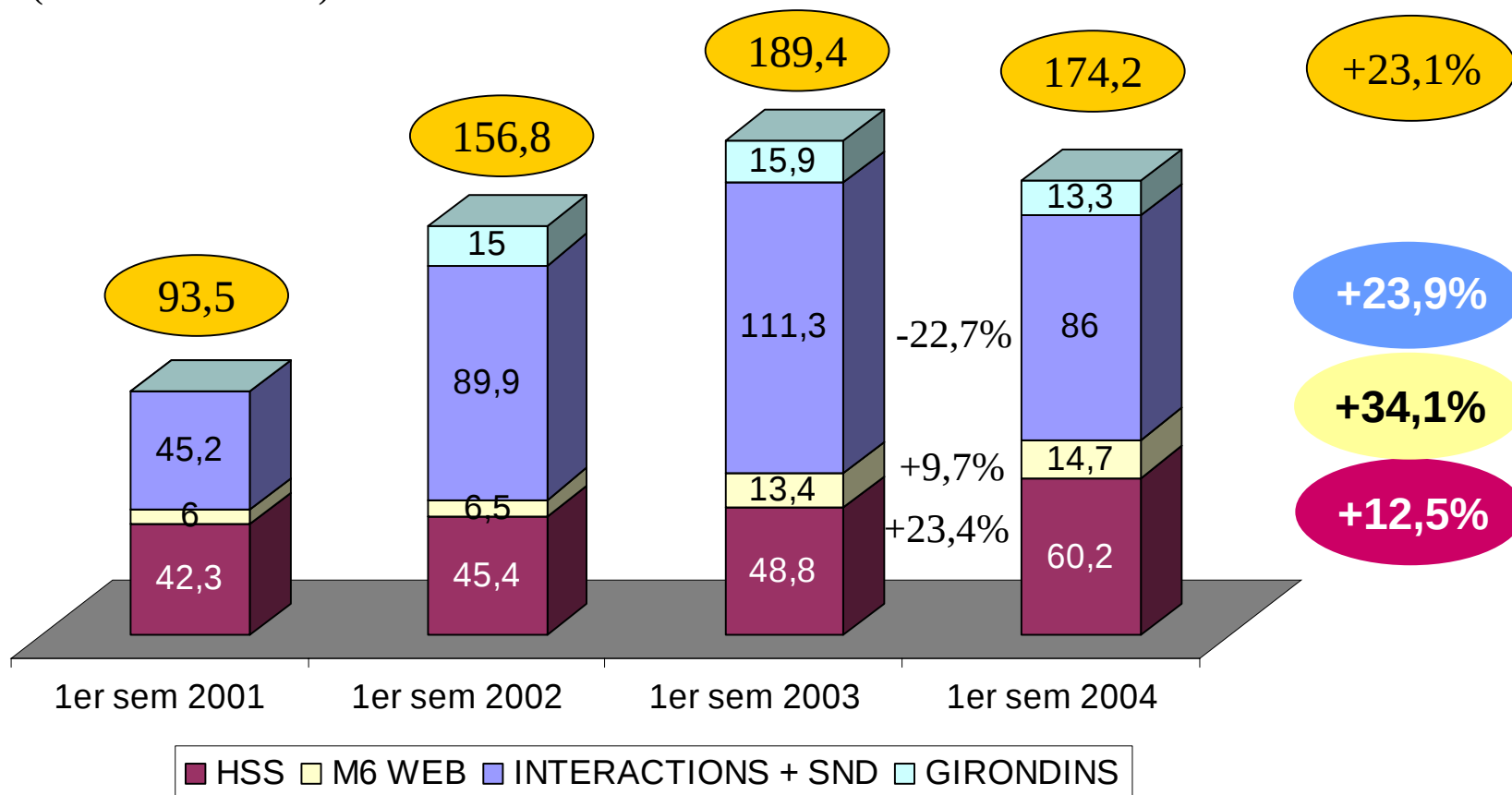
- > M6 INTERACTIONS*
- > M6 WEB*
- > SND*
- > TELECHAT*
- > GIRONDINS*

CROISSANCE DU TELECHAT ET DE M6 WEB DIFFICULTES SUR LE MARCHE DU DISQUE



Chiffre d'affaires consolidé
(en millions d'euros)

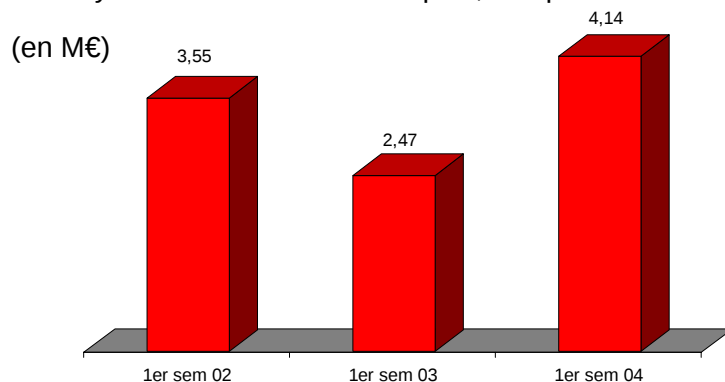
TCAM
3 ans



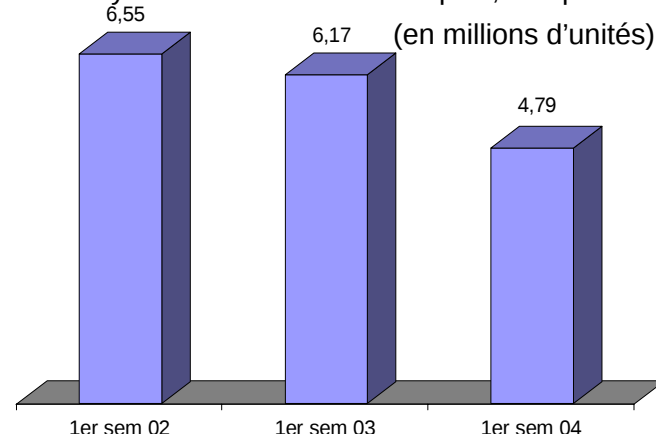
DISQUE: UN MAINTIEN DES MARGES DANS UN MARCHÉ EN DECROISSANCE



Evolution de la contribution au résultat net
yc DVD musicaux et kiosques, compilations



Evolution des ventes de disques
yc DVD musicaux et kiosques, compilations



M6 Interactions résiste à la très forte baisse du marché français:

- 2 singles n°1 du Top: O-Zone et J-Five
- 2 albums n°1 du Top: Lorie, DVD Autant en emporte le vent

Disques et Special Marketing (compilations)

Chiffre d'affaires consolidé: 20 627 k€
Contribution au résultat net: 4 138 k€



N°1

N°4

N°7

O-ZONE: UN SAVOIR-FAIRE DEMONTRE



- « Dragostea Din Tei » par O-Zone (groupe moldave)
 - 1,25 million de titres vendus depuis 14 semaines
 - N°1 des singles en France depuis 13 semaines

TUBE
ETE
2004



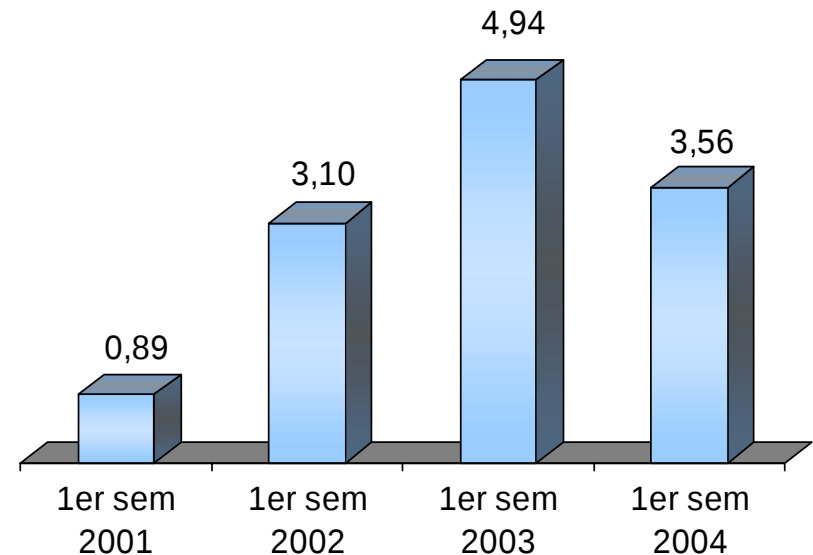
PUBLICATIONS: POURSUITE DE L'INNOVATION



LES COMPILATIONS DE CLIPS ET LES « KARAOCIPS »



Produits composites
hors compilations musicales en kiosques (en millions d'unités)



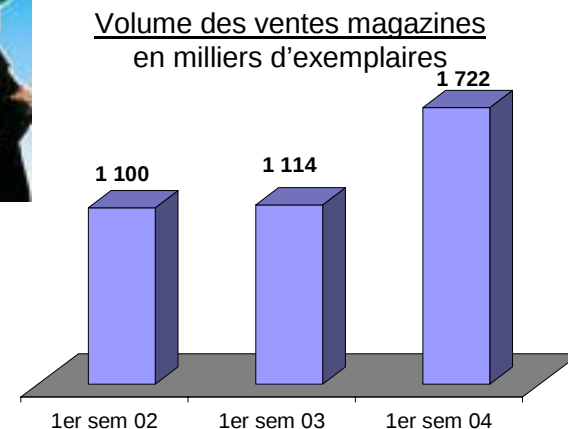
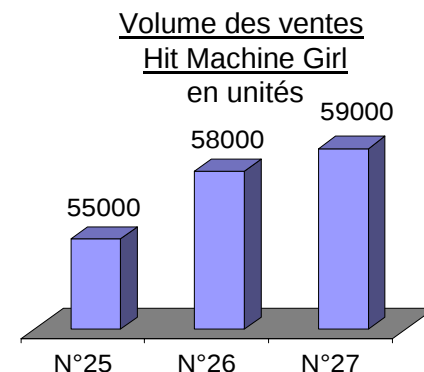
EDITIONS: UN SUCCES CONFIRME DES TITRES ISSUS DES PROGRAMMES



FAN 2: ETOILE OJD 2004
Meilleure progression des ventes de la Presse Magazine
240 000 ex.
PUB TV



HIT MACHINE GIRL
Une progression continue
PUB TV



AUTANT EN EMPORTE LE VENT: LA TOURNÉE CONFIRME LE SUCCES PARISIEN



Bilan d'un succès

4 8 8 0 0 0 spectateurs

Paris:

4 3 représentations

Tournée Province:

6 2 représentations



*Meilleure comédie musicale
depuis 2002*

1er sem 2004, en M€

Spectacle (Paris + tournée)

CA consolidé

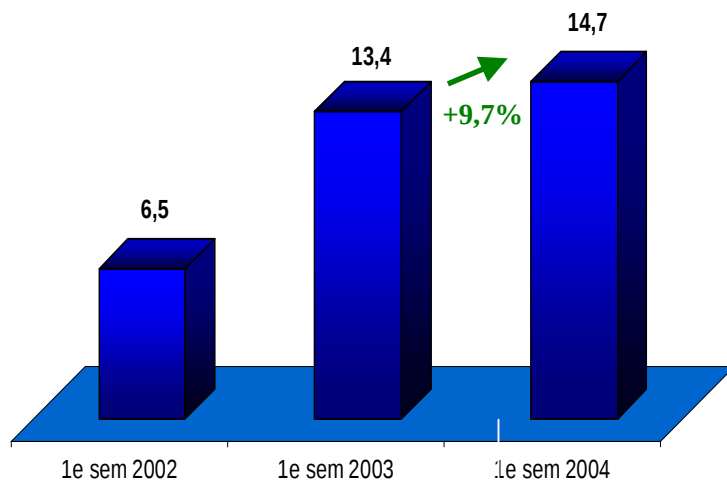
9,723

UNE CROISSANCE DE L'ACTIVITE QUI SE CONFIRME

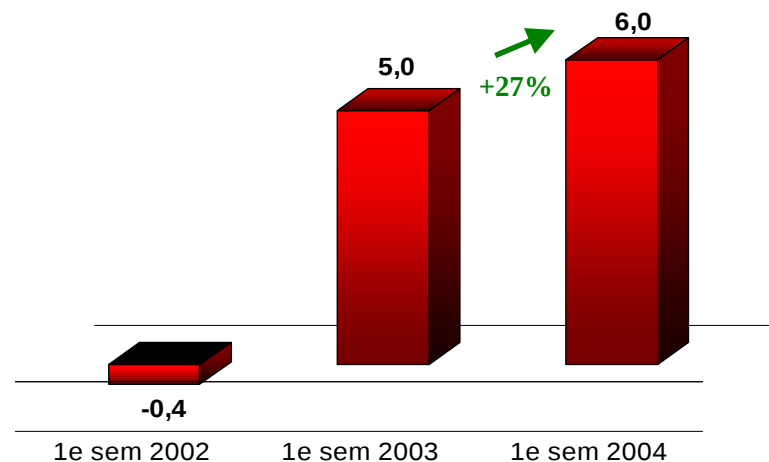


- ➡ Un CA semestriel en croissance de 10%
- ➡ Une rentabilité qui se maintient à plus de 30%

Chiffre d'affaires
(en M€)



Résultat d'exploitation
(en M€)



M6 WEB: ELEMENTS CLES DU SEMESTRE



- ➔ M6.fr 2ème site de chaîne TV
 - ➔ 1 million de visiteurs uniques en juin 2004
 - ➔ 400 millions de pages vues au 1er sem
 - ➔ 6,1% de couverture (juin 2004)
 - ➔ 16 millions de vidéos diffusées
- ➔ 12 millions SMS surtaxés
 - ➔ Alphatesteur du MT Premium
 - ➔ Dédicaces / chats / jeux / votes
 - ➔ 12% de part de marché SMS+ au 1er trimestre
- ➔ 25 millions d'appels téléphonique traités
 - ➔ Prolongement des programmes
 - ➔ Call TV (Star6 / Tubissimo)
 - ➔ Nouveaux produits M6 Web
- ➔ Téléphonie mobile
 - ➔ 250 000 téléchargements
 - ➔ 10 000 abonnés multimédia mobile



SORTIES DE FILM



	1er sem 03	1er sem 04
Nombre de films sorties	5	4
Entrées salle (en milliers d'unités)	3 585	1 124
Exemplaires vidéos vendues (en milliers d'unités)	1 329	1 138
Chiffre d'affaires (en M€)	24,1	16
Résultat net (en M€)	3,7	-0,5



➡ 2 principales sorties salle:

- ✓ **"People - Jet Set 2"**: 799 550 entrées
- ✓ **"Instincts Meurtriers"**: 250 000 entrées

➡ Acquisition du catalogue Hachette au 1er janvier 2004 avec près de 330 titres (signature contrat fin juin)

LE TELECHAT TIENT SES PROMESSES

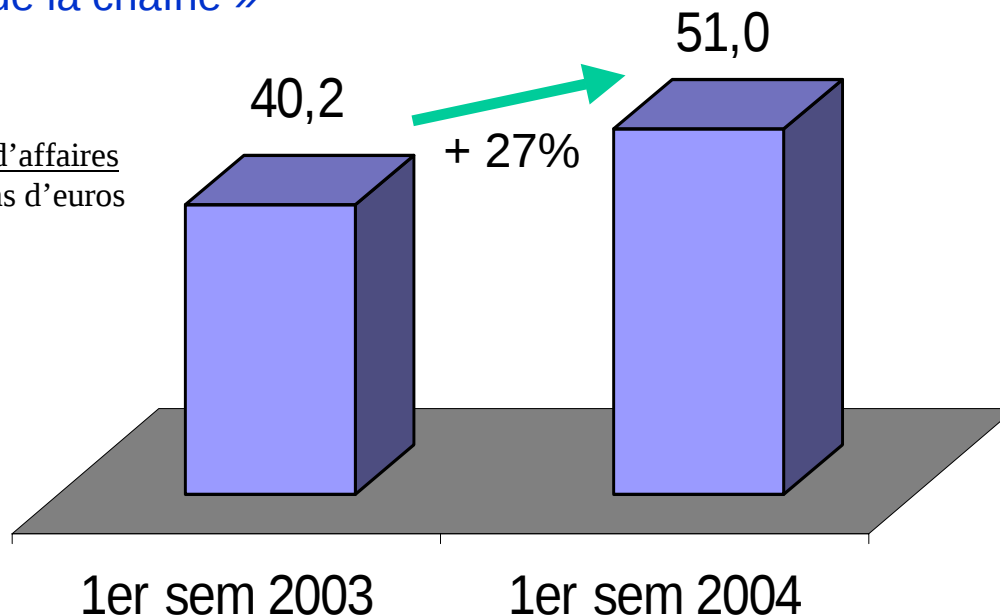


Faits marquants:

- Rachat de Canal Club (chaîne d'informercials) à Canal Satellite
- Club Téléachat est devenu sur Canalsatellite et TPS « M6 Boutique la chaîne »



Chiffres d'affaires
en millions d'euros



Contribution au résultat opérationnel: 2,9 M€



LES GIRONDINS: UNE SAISON DIFFICILE



1ère année sans qualification en Coupe d'Europe :

saison	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
Place dans le championnat	4	6	6	12
Champion's league	na	na	na	na
UEFA	1/8	1/16	1/16	1/4
Coupe de France	1/16	1/16	1/2	1/16
Coupe de la Ligue	1/8	Vainqueur	1/8	1/8

Une gestion maîtrisée des coûts du club :

En M€	1ersem 2003	1ersem 2004
Produits d'exploitation	17,1	14,2
Résultat d'exploitation hors transferts	-4,3	-6,1
Résultat des transferts	-2,2	-2,5
Résultat financier et exceptionnel	1,6	0,0
Résultat Net	-4,9	-8,6

TELEVISION NUMERIQUE

> CHAINES THEMATIQUES

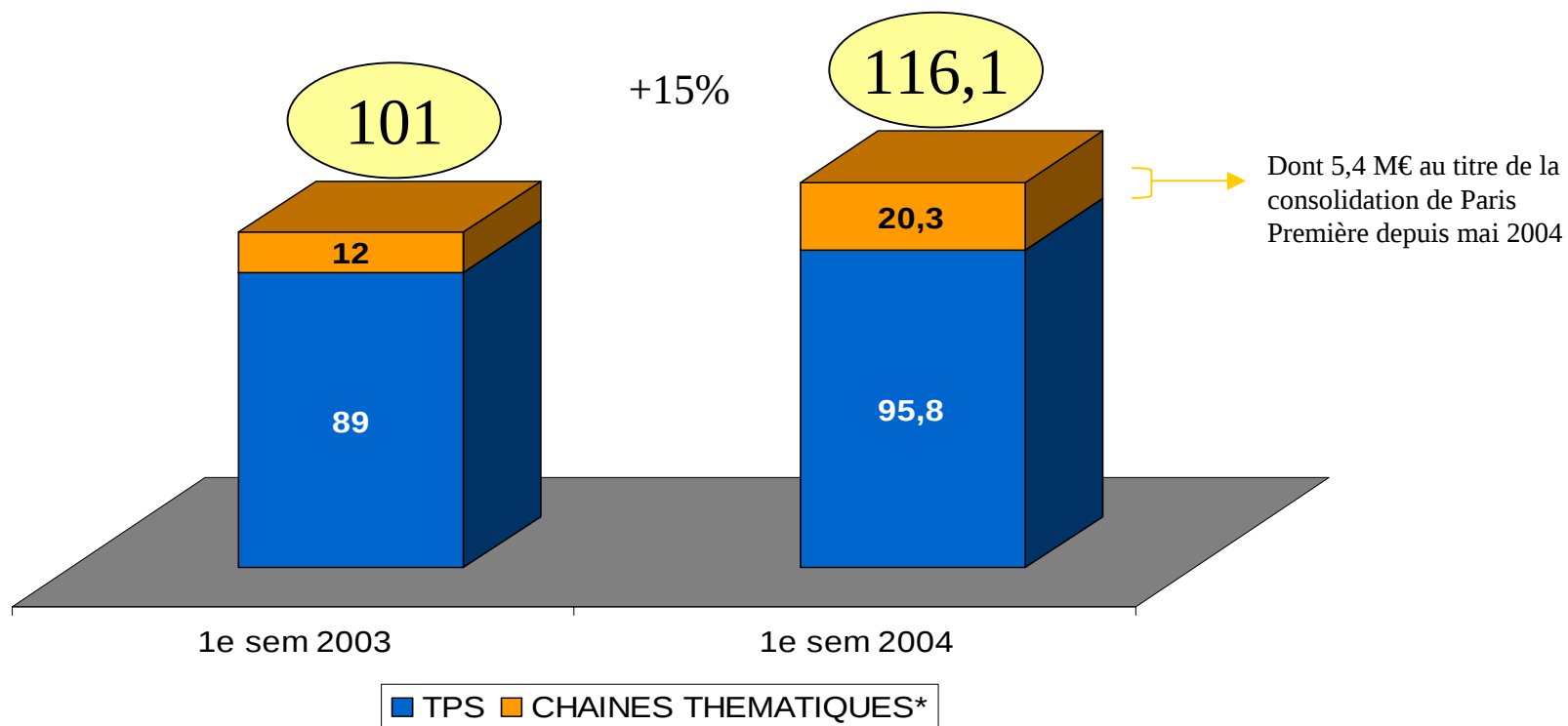
> TPS



CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ACTIVITE TELEVISION NUMERIQUE

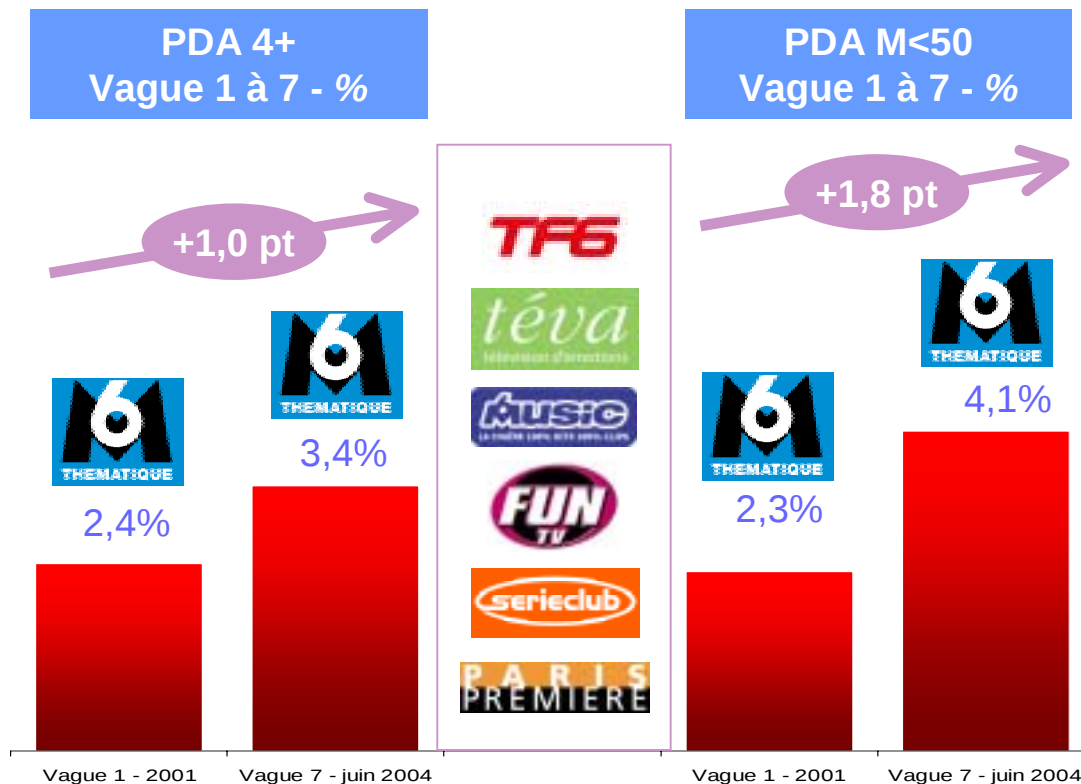


En millions d'euros



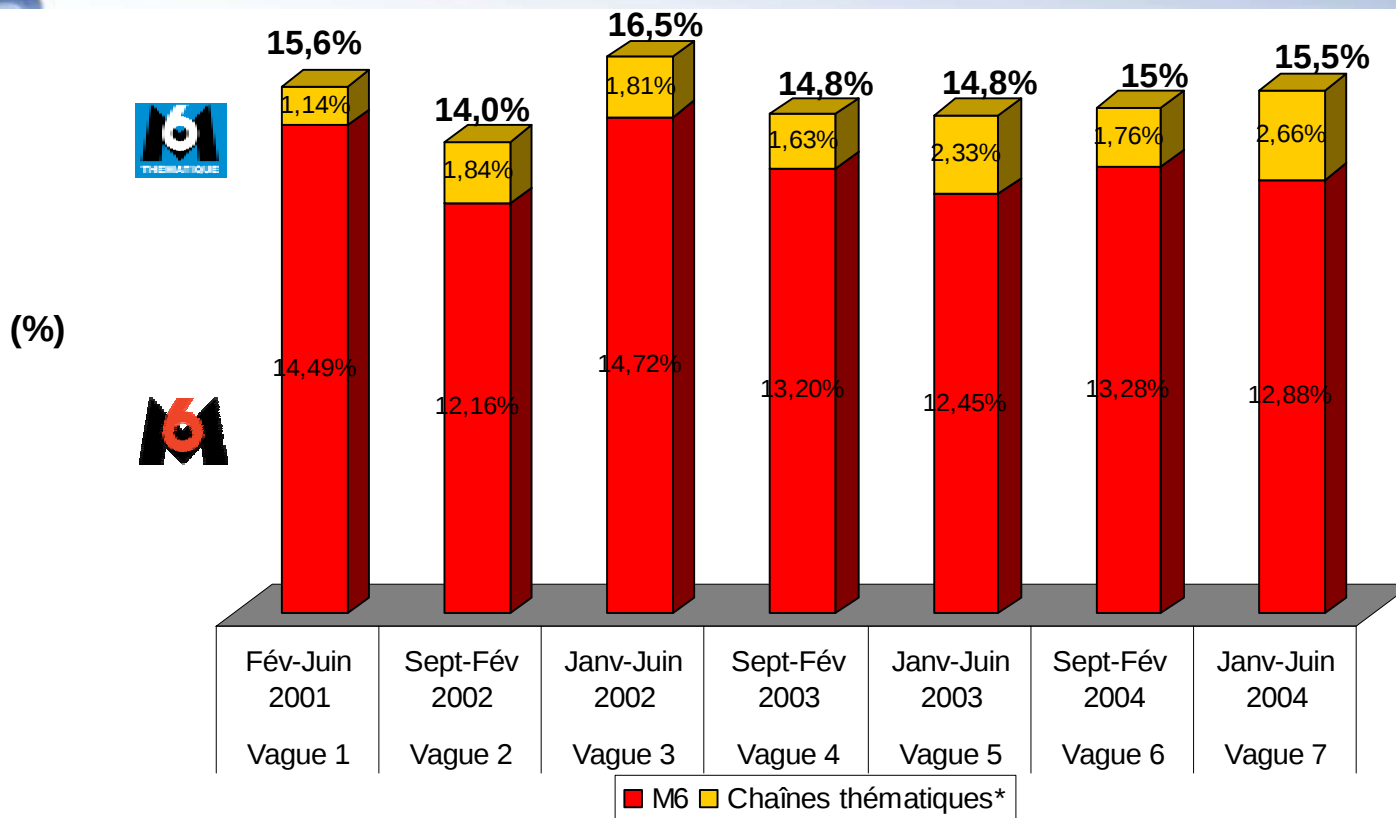
*100% de Paris Première consolidé depuis le 01/05/2004

MEDIACABSAT VAGUE 7: PROGRESSION DE LA PART D'AUDIENCE DU GROUPE M6 DANS UN UNIVERS D'OFFRE ELARGIE



Sur univers **CABLE SATELLITE**

PDA M6 ET SES CHAINES THEMATIQUES DANS UNE OFFRE ELARGIE (Ménagères < 50 ans)



AUDIENCES M6 + CHAINES THEMATIQUES DANS UN UNIVERS D'OFFRE ELARGIE- MENAG. < 50

Source: Mediacabsat vague 1 à 7

*Part d'audience consolidé des chaînes thématiques:
M6 Music, Fun TV à 100%, Téva à 51%, Série Club / TF6 à 50%
Paris Première consolidé à 100% à partir de la vague 7

UN BOUQUET DE CHAINES COMPLEMENTAIRES



➤ 3 chaînes généralistes puissantes

- TF6 (50%)
- Téva (51%)
- Paris Première (100 %)

- >> pour les jeunes adultes
- >> pour les femmes et la famille
- >> pour les CSP+



➤ 3 chaînes thématiques à forte légitimité

- M6 Music (100%)
- Fun TV (100%)
- Série Club (50%)

- >> Musique
- >> Jeunes
- >> Séries



(c) téva - Ferrer

TF6: 1ERE CHAÎNE DU CABLE ET DU SATELLITE AUPRES DE SES ABONNES AVEC 2,6% DE PDA



TF6, leader des chaînes thématiques TPS

- ▶ 1ère chaîne thématique TPS
- ▶ 4ème chaîne cab/sat M<50 avec «seulement» 2,5 M foyers

Renforcer les programmes et l'image

- ▶ Alimentation renforcée en séries inédites
- ▶ Miser sur des émissions plus événementielles
- ▶ Emissions télé-réalité en version originale



SERIE CLUB: +15% DE PROGRESSION SUR LA PDA MENAGERES DE MOINS DE 50 ANS



(c)NBC studios/Universal Network Televis



L'audience parvient à se maintenir malgré une forte concurrence des chaînes cinéma sur TPS

- ▶ **bonne résistance de l'audience malgré l'évolution du contexte concurrentiel: 9ème chaîne cab/sat M<50**

Série Club confortée dans son positionnement thématique avec « le meilleur des séries »

- ▶ **une promesse forte, simple et lisible**
- ▶ **... soutenue par une alimentation régulière en séries M6**

TEVA: +19% DE PROGRESSION SUR LA PDA MENAGERES DE MOINS DE 50 ANS



Téva est l'une des chaînes les mieux diffusées

10,5 millions individus sur TPS/CSAT/câble

Le positionnement devient plus large

de «la chaîne des femmes » à... « la généraliste la plus féminine»

L'offre programme devient plus attractive

- ▶ offre long-métrage et fiction plus puissante
- ▶ événements télé-réalité en version originale
- ▶ émissions identitaires

L'audience a fortement progressé

- ▶ 5ème chaîne cab/sat M<50
- ▶ audience M<50 doublée en 1 an

M6 MUSIC: UN SUCCES D'AUDIENCE CONFIRME AVEC 22% DE PDA 15-34 ANS



M6 Music développe une offre lisible et efficace, à destination des moins de 50 ans

M6 Music en première ligne pour la diffusion sur les nouveaux supports: DSL, internet, TNT et mobile.

FUN TV: +18% DE PROGRESSION SUR LA PDA 15-25 ANS



Le format évolue vers une grille plus équilibrée entre émissions en direct, musique, séries et TV réalité

La chaîne souhaite élargir sa diffusion pour combler son retard sur les autres chaînes 15/24

PARIS PREMIERE: +22% DE PROGRESSION SUR LES CSP+



**PARIS
PREMIERE**

Acquisition par le groupe M6

Acquisition définitive en mai 2004

Le positionnement axé sur les CSP+

Une chaîne à très forte image qui a bâti son offre autour de la culture de l'événement et des spectacles

Des magazines innovants

- ▶ 93 Faubourg Saint Honoré
- ▶ Recto Verso
- ▶ Paris Dernière

Des animateurs très identifiants à Paris Première

- ▶ Thierry Ardisson
- ▶ Paul Amar
- ▶ Frédéric Taddéi

TPS: FAITS MARQUANTS DU SEMESTRE



►► Données clés (juin 2004):

- Abonnés: 1 560 000 abonnés
- Croissance nette semestrielle: + 30 000 abonnés
- Part de marché recrutement: 40%
- Taux de résiliation: 10%



►► Démarrage de *TPS L* (depuis déc. 2003)

- Les grandes chaînes de TPS sont désormais accessibles par la ligne téléphonique (ADSL).
- TPSL est aujourd'hui disponible en Ile-de-France, à Lyon, Marseille, Nice, Cannes et Nantes.

Progressivement, toutes les grandes villes françaises pourront recevoir TPSL.



TPS: AOÛT 2004, LANCEMENT DE LA CHAÎNE FOOTBALL ANGLAIS



►► Démarrage en août d'une chaîne en option dédiée à la diffusion de la Premier League anglaise

- Diffusée auparavant par Canal Plus
- Rééquilibre l'offre football en faveur de TPS



COMPTES SEMESTRIELS

- > *CHIFFRES CLES*
- > *COMPTE DE RESULTAT*
- > *BILAN*
- > *TABLEAU DE FINANCEMENT*

CHIFFRES CLES



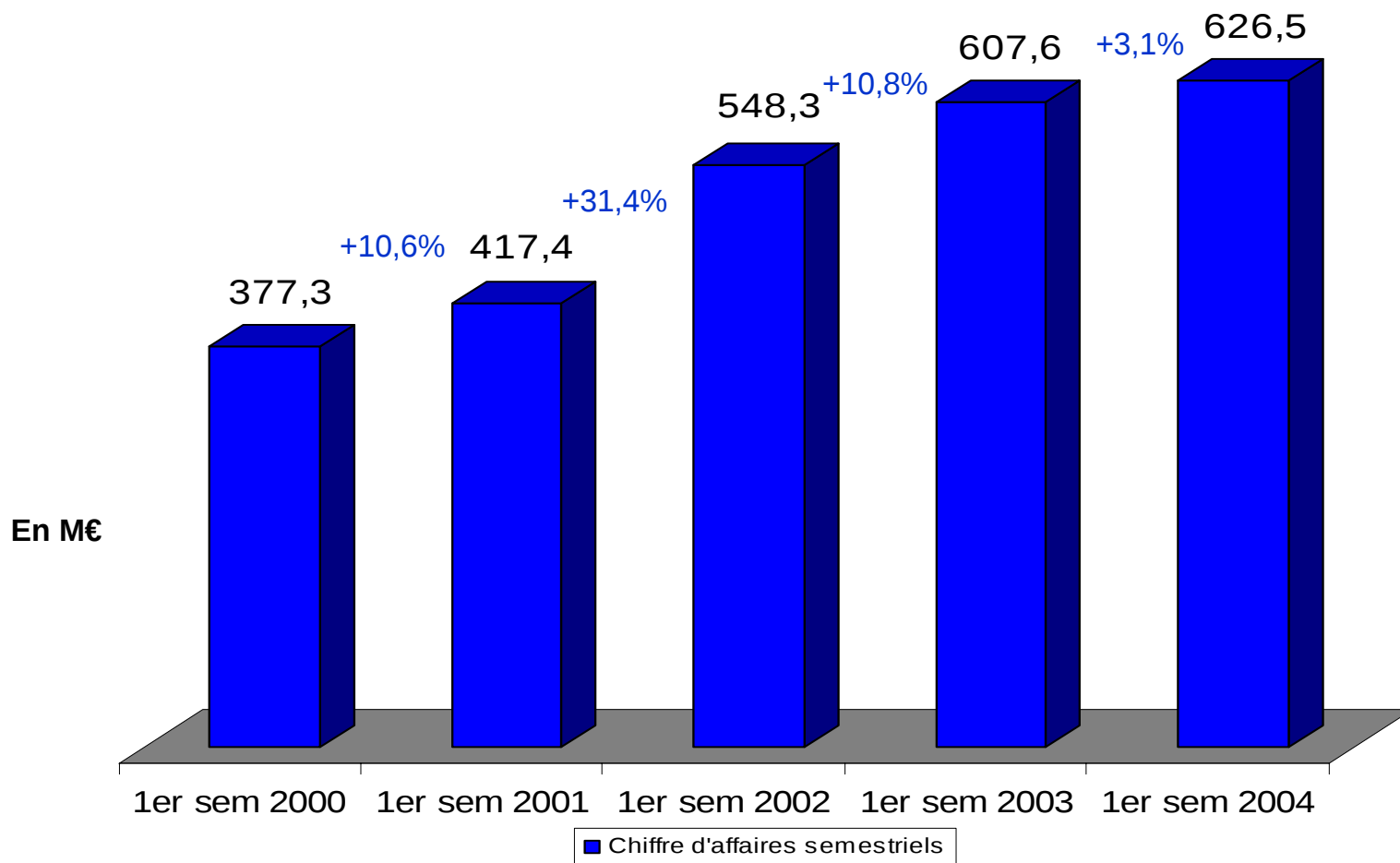
CHIFFRES CLES SEMESTRIELS 4 ANS

en M€	1er sem 2001	1er sem 2002	1er sem 2003	1er sem 2004	Evolution 1S2003/1S2004
Publicité	293,3	287,5	300,9	327,4	8,8%
Autres activités (yc TPS)	124,1	260,8	306,7	299,1	-2,5%
Total CA	417,4	548,3	607,6	626,5	3,1%
EBIT	124,9	107	130	143,1	10,1%
EBIT/CA	29,9%	19,5%	21,4%	22,8%	
EBITDA	144,1	139,6	182,9	195,6	6,9%
Résultat net part du groupe	80,2	66,0	81,9	90,3	10,3%
Fonds propres	289	313,4	370,3	422,8	14,2%
Trésorerie nette d'endettement	162	92,5	123,2	117,9	-4,3%
Dividendes	65,4	73,1	73,6	86,2	17,1%

CHIFFRE D'AFFAIRES SEMESTRIEL CONSOLIDE SUR 5 ANS



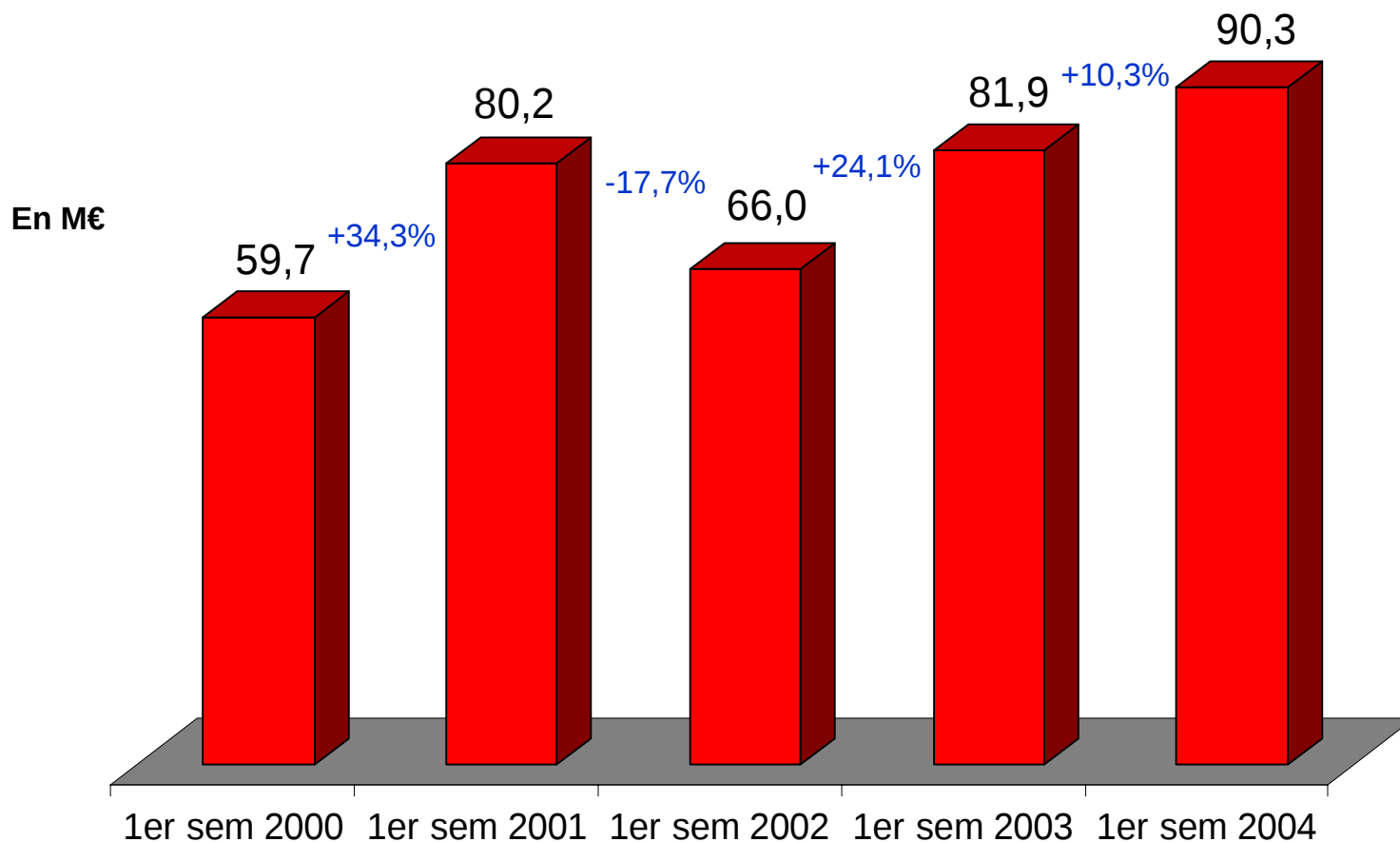
14% de croissance en moyenne sur 5 ans



RESULTAT NET SEMESTRIEL CONSOLIDE SUR 5 ANS



11% de croissance en moyenne sur 5 ans



PROGRESSION DE LA MARGE BRUTE DE LA GRILLE



en M€	1S2003	1S2004	%
Recettes nettes diffuseur	235,9	256,0	+8,5%
Coût de la grille	-116,8	-125,0	+7,0%
Marge brute de la grille	119,1	131,0	
Marge brute en %	50,5%	51,2%	



COUT DE GRILLE SEMESTRIEL

en M€	1S2003	1S2004	VAR 04/03
Magazines, Divertissements et Musique	57,9	71,9	+ 24,1%
Fiction	50,3	44,9	- 10,8%
Informations et décrochages	8,5	8,2	- 3,7%
Total	116,8	125,0	+ 7,1%

CONTRIBUTION DES EXPLOITATIONS DES DIVERSIFICATIONS



en M€	1S2003	1S2004	%
<i>M6 Interactions</i>	9,8	8,6	-12,2%
<i>SND</i>	0,9	0,0	
<i>HSS</i>	2,8	2,9	+3,6%
<i>M6 Web</i>	5,0	6,0	+20,0%
<i>Girondins</i>	-4,7	-8,6	-83,0%
Résultat d'exploitation des Diversifications	13,8	8,9	

COMPTE DE RESULTAT TELEVISION GRATUITE



en M€	1S2003	1S2004	%
CA CONSOLIDE GROUPE M6	607,6	626,5	+3,1%
<i>Recettes de publicité Antenne M6</i>	309,3	333,8	+ 7,9%
CA consolidé publicitaire M6	300,9	327,4	+8,8%
<i>Coût de la régie</i>	-25,4	-27,5	
<i>Taxes et droits d'auteurs</i>	-30,9	-33,1	
<i>Diffusion</i>	-17,0	-17,2	
Recettes nettes diffuseur	235,9	256,0	+ 8,5%
<i>Coût de la grille</i>	-116,8	-125,0	+ 7,1%
MARGE BRUTE DE LA GRILLE	119,2	131,0	+ 9,9%
Autres charges d'exploitation	26,8	28,2	+ 5,2%
Résultat d'exploitation M6	+92,4	+102,8	+ 11,2%
Recettes autres activités TV Gratuite	16,3	8,8	-45,7%
Résultats d'exploitation TV Gratuite autres activités	+17,8	+23,5	+ 31,6%
RESULTAT D'EXPLOITATION TV GRATUITE	+110,3	+126,2	+ 14,5%
Ratio Résultat d'exploitation / Chiffre d'Affaires	36,6%	38,6%	

COMPTE DE RESULTAT DIVERSIFICATIONS ET TELEVISION NUMERIQUE



en M€	1S2003	1S2004	%
<i>Recettes des diversifications</i>	<i>189,4</i>	<i>174,2</i>	<i>-8,0%</i>
RESULTAT D'EXPLOITATION DES DIVERSIFICATIONS	+13,8	+8,9	- 35,2%
<i>Recettes TPS</i>	<i>89,0</i>	<i>95,8</i>	<i>+7,7%</i>
<i>Recettes Chaînes Thématiques</i>	<i>12,0</i>	<i>20,3</i>	<i>+69,3%</i>
Résultat d'exploitation TPS	+4,5	+4,9	+ 6,9%
Résultats d'exploitation Chaînes Thématiques	+1,4	+3,1	+ 117,3%
RESULTAT D'EXPLOITATION TV NUMERIQUE	+6,0	+8,0	+ 33,6%
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+130,0	+143,1	+10,1%
%CA	21,4%	22,8%	
EBITDA	182,9	195,9	+ 7,2%

COMPTE DE RESULTAT

RESULTAT FINANCIER ET EXCEPTIONNEL



en M€	1S2003	1S2004	%
RESULTAT D'EXPLOITATION GROUPE M6 (EBIT)	+130,0	+143,1	+10,1%
%CA	21,4%	22,8%	
EBITDA	182,9	195,9	+ 7,2%
%CA	30,1%	31,3%	
Résultat Financier	+0,5	+1,3	+ 169,2%
RESULTAT COURANT	+130,5	+144,5	+ 10,7%
Résultat Exceptionnel	-1,6	-0,0	- 97,8%
Amortissements des Goodwill	-1,2	-2,3	
Sociétés mises en équivalence	-0,8	-0,3	
Résultat avant impôt	127,0	141,8	+ 11,7%
%CA	20,9%	22,6%	
Impôt	-45,2	-51,1	
RESULTAT NET	81,7	90,7	+ 10,9%
%CA	13,5%	14,5%	
Résultat hors groupe	0,2	-0,4	
RESULTAT NET Part du Groupe	+81,9	+90,3	+10,2%

BILAN ACTIF



en M€	1S2003	1S2004	%
ACTIF IMMOBILISE	305,0	298,1	-2,3%
<i>Stocks</i>	230,5	239,8	+4,0%
<i>Créances et cptes de régul</i>	489,3	511,9	+4,6%
<i>Trésorerie</i>	244,2	124,5	-49,0%
ACTIF CIRCULANT	964,0	876,1	-9,1%
TOTAL ACTIF	1 269,0	1 174,2	-7,5%

BILAN PASSIF



en M€	1S2003	1S2004	%
FONDS PROPRES	370,3	422,8	+14,2%
<i>Intérêts minoritaires</i>	0,2	0,6	ns
<i>Provisions pour risques et charges</i>	95,9	65,7	-31,5%
<i>Dettes financières</i>	79,7	6,6	-91,7%
<i>Dettes d'exploitation et divers</i>	722,9	678,4	-6,2%
TOTAL PASSIF	1 269,0	1 174,2	-7,5%

TABLEAU DE FINANCEMENT



en M€	1S2003	1S2004	Variation
<i>Marge brute d'autofinancement</i>	133,5	135,5	2
<i>Variation de BFR</i>	(33,6)	(84,3)	(50,7)
<i>Flux de trésorerie d'exploitation</i>	99,9	51,2	(48,7)
<i>Flux de trésorerie d'investissement</i>	(30,8)	(55,8)	(25)
<i>Flux de trésorerie de financement</i>	(84,4)	(124,5)	(40,1)
<i>Variation globale de trésorerie</i>	(15,3)	(129,1)	(113,8)



TABLEAU DE FINANCEMENT: ANALYSE DES VARIATIONS



Flux de trésorerie d'exploitation

- Variation exceptionnelle du BFR
 - Décalage d'encaissement clients 2004 (juillet/juin): 14,2
 - Décaissement IS (solde 2003>2002; Acompte 2004>2003): 36,3

Flux de trésorerie d'investissement

- Acquisition de Paris Première: 20,7
- Acquisition de Canal Club: 1,5

Flux de trésorerie de financement

- Dividende 2003>2002: 12,6
- Désendetttement TPS (quote-part M6): 28,5

Variation globale de trésorerie	113,8 M€
---------------------------------	----------

PRESENTATION
TVHD

Q&A



*Réunion des
analystes*

29 juillet 2004

