

QUARTERLY INFORMATION

in € million	1st Half-Year			3rd Quarter			9-month		
	2008	2009	%	2008	2009	%	2008	2009	%
Group multimedia advertising revenue	414.0	370.8	-10.4%	133.5	136.2	+2.1%	547.4	507.0	-7.4%
- of which M6 channel advertising	367.1	315.2	-14.1%	114.6	111.5	-2.7%	481.7	426.7	-11.4%
- of which digital channels and other media advertising	46.9	55.6	+18.6%	18.9	24.7	+31.2%	65.7	80.4	+22.2%
Non advertising revenue	295.1	307.5	+4.2%	137.6	159.8	+16.1%	432.8	467.4	+8.0%
Consolidated revenue (1)	709.1	678.3	-4.3%	271.1	296.0	+9.2%	980.2	974.4	-0.6%

M6 Group consolidated revenue for the third quarter of 2009 rose +9.2%, of which +2.1% for multimedia advertising revenue (M6 channel, digital channels, other media) and +16.1% for non advertising revenue. M6 channel's advertising revenue decrease was less significant (-2.7%) than on first half-year (-14.1%), whereas other advertising revenue continued their growth (+31.2%).

On the first nine months of 2009, M6 Group thus achieved to maintain its level of consolidated revenue, totalling € 974.4 million (-0.6%).

*
* *

M6 FTA segment

In € million	2008	2009	%
Revenue – M6 channel advertising			
1st Quarter	165.0	146.9	-11.0%
2nd Quarter	202.1	168.3	-16.7%
3rd Quarter	114.6	111.5	-2.7%
9-month	481.7	426.7	-11.4%
Other revenue of the segment			
9-month	5.2	4.4	-13.1%
Total M6 FTA segment revenue			
9-month	486.9	431.1	-11.4%

M6 channel's advertising revenue for the third quarter posted a limited decrease of -2.7%, September showing the first improvement signs in the market, with a more sustained demand from some of the advertising sectors (e.g. F.M.C.G).

In an ever-more competitive environment, M6 audience performance is a key differentiation factor. September and October were especially successful for the channel on strategic time slots, with :

- just before Prime Time, the successful launch, since September 7th, of the news programme *19.45*, attracting 2.4 million viewers on average, a 20% increase compared to the previous *6 Minutes* news format ;
- in Prime Time, many programmes and formats of the channel proved to be ever-more popular.

In September and October, M6 thus stood as the only incumbent channel to increase its ratings, with an 11.2% average audience share (vs. 11.0% in Sept-Oct' 2008, 4 years and over), thereby proving its performing programming strategy and enabling new market shares gains . *Source : Mediamat – Médiamétrie*

Digital channels segment

In € million	2008	2009	%
1st Quarter	29.1	32.6	+12.1%
2nd Quarter	33.9	37.9	+11.9%
3rd Quarter	26.6	32.0	+20.1%
9-month	89.6	102.5	+14.4%

Over the first nine months of 2009, the growth relay of digital channels proved to be efficient, with revenue rising by +14.4% (advertising and distribution revenue).

In 2009, W9 ratings steadily increased, reaching a national audience share (4 years and over) of 2.5 % in September 2009 (+0.5 pp vs. September 2008) and 2.8% in October (+0.7 pp vs. October 2008), i.e. the best ratings ever for a DTT channel.

Source : Médiamat - Médiamétrie.

Diversification and audiovisual rights segment

In € million	2008	2009	%
1st Quarter	131.5	146.6	+11.5%
2nd Quarter	144.4	142.9	-1.0%
3rd Quarter	127.8	151.1	+18.2%
9-month	403.8	440.6	+9.1%

Diversification and audiovisual rights revenue rose by +9.1% over the first nine months of 2009.

All the activities of this segment grew in the third quarter, most significant increases coming from the audiovisual rights and the Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B), while the Distance Selling (Ventadis) sales showed signs of improvement.

*
* *

Change in the financial situation and outlook

The M6 Group continued its efforts aiming at optimising its cash generation. The net cash position amounted to € 28.6 million on 30 September 2009, compared to € 2.1 million on 30 September 2008.

In this difficult economic environment, M6 Group's strategy once gain proved its efficiency :

- on the one hand, by achieving the best performance on the television segment (best resilience of incumbent channels for M6, highest ratings increase of French channels for W9,)
- on the other hand, by the steady growth of its diversification revenue, thus offsetting the cyclical downturn in the advertising market.

*
* *

If the third quarter marked an improvement in the TV advertising market, it is however necessary to remain cautious and to wait for the confirmation of a recovery before taking the trends observed at the end of 2009 as an indication for 2010.

*
* *

Neuilly sur Seine, November 5th, 2009

- (1) The above mentioned information is aimed at disclosing revenue breakdown depending on advertising and non-advertising. The group advertising revenue include M6 and W9 (FTA channels) advertising revenue, the share of advertising revenue of pay digital channels and the share of advertising revenue generated by diversification activities (mainly Internet).

Next release : FY 2009 revenue on January 27, 2010 post-market
M6 Métropole Télévision is a company listed on Euronext Paris, compartment A
Code MMT, code ISIN : FR0000053225

INVESTOR RELATIONS – Claire Roblet – Tél +33 1 41 92 59 53 – croblet@m6.fr
PRESS – Yann de Kersauson – Tél +33 1 41 92 73 50 – ydekersauson@m6.fr
www.groupeM6.fr



INFORMATION TRIMESTRIELLE

en M€	1er semestre			3ème trimestre			9 mois		
	2008	2009	%	2008	2009	%	2008	2009	%
Chiffre d'affaires publicitaire plurimedia	414.0	370.8	-10.4%	133.5	136.2	+2.1%	547.4	507.0	-7.4%
- dont publicité chaîne M6	367.1	315.2	-14.1%	114.6	111.5	-2.7%	481.7	426.7	-11.4%
- dont publicité chaînes numériques et autres medias	46.9	55.6	+18.6%	18.9	24.7	+31.2%	65.7	80.4	+22.2%
Chiffre d'affaires non publicitaire	295.1	307.5	+4.2%	137.6	159.8	+16.1%	432.8	467.4	+8.0%
Chiffre d'affaires consolidé (1)	709.1	678.3	-4.3%	271.1	296.0	+9.2%	980.2	974.4	-0.6%

Au 3^{ème} trimestre 2009, le Groupe M6 a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires consolidé de +9.2%, dont +2.1% au titre des recettes publicitaires plurimedia (chaîne M6, chaînes numériques, autres supports) et +16.1% au titre du chiffre d'affaires non publicitaire. La diminution des recettes publicitaires de la chaîne M6 est limitée à -2.7% sur le trimestre, contre -14.1 % au premier semestre, tandis que les autres recettes publicitaires progressent de +31.2%.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2009, le Groupe M6 est ainsi parvenu à stabiliser son niveau de revenus, avec un chiffre d'affaires consolidé qui s'établit à 974.4 M€ (-0.6%).

*
* *

Activité Antenne M6

En M€	2008	2009	%
Chiffre d'affaires – recettes publicitaires chaîne M6			
1 ^{er} Trimestre	165.0	146.9	-11.0%
2 ^{ème} Trimestre	202.1	168.3	-16.7%
3 ^{ème} Trimestre	114.6	111.5	-2.7%
Total 9 mois	481.7	426.7	-11.4%
Chiffre d'affaires – autres activités du segment			
Total 9 mois	5.2	4.4	-13.1%
Chiffre d'affaires du segment Antenne M6			
Total 9 mois	486.9	431.1	-11.4%

Au 3^{ème} trimestre de l'exercice, les recettes publicitaires de la chaîne M6 enregistrent une baisse limitée de -2.7%, le mois de septembre montrant des premiers signes d'une amélioration du marché avec une demande plus soutenue de la part de certains secteurs annonceurs (grande consommation notamment).

Dans un univers toujours plus concurrentiel, les performances d'audience de M6 constituent un facteur clé de différenciation : la rentrée de la chaîne est particulièrement réussie, avec de nouveaux succès d'audience sur les créneaux horaires stratégiques, notamment :

- en avant soirée, le lancement réussi, depuis le 7 septembre, du *19.45* qui réunit 2.4 millions de téléspectateurs en moyenne, soit 20% de plus que le *6 Minutes* ;
- en première partie de soirée, la confirmation de la puissance de nombreux programmes et marques de l'antenne.

M6 est ainsi la seule chaîne historique à progresser sur septembre et octobre, avec une part d'audience moyenne de 11.2% (contre 11.0% en septembre – octobre 2008, 4 ans et plus), démontrant la performance de ses programmes et permettant des gains de parts de marché. *Source : Mediamat – Médiamétrie*

Activité Chaînes numériques

En M€	2008	2009	%
1 ^{er} Trimestre	29.1	32.6	+12.1%
2 ^{ème} Trimestre	33.9	37.9	+11.9%
3 ^{ème} Trimestre	26.6	32.0	+20.1%
Total 9 mois	89.6	102.5	+14.4%

Au 30 Septembre 2009, l'activité des chaînes numériques du Groupe conforte son statut de relais de croissance, avec un chiffre d'affaires en hausse de +14.4% (recettes publicitaires et recettes de distribution).

W9 conforte mois après mois son attractivité, avec une part d'audience nationale (4 ans et plus) de 2.5 % en septembre 2009 (+0.5 pt vs. septembre 2008) et de 2.8% en octobre (+0.7 pt vs. octobre 2008), soit le plus haut niveau historique atteint par une chaîne de la TNT. *Source : Médiamat - Médiamétrie.*

Activité Diversifications et droits audiovisuels

En M€	2008	2009	%
1 ^{er} Trimestre	131.5	146.6	+11.5%
2 ^{ème} Trimestre	144.4	142.9	-1.0%
3 ^{ème} Trimestre	127.8	151.1	+18.2%
Total 9 mois	403.8	440.6	+9.1%

Le chiffre d'affaires du segment Diversifications et Droits Audiovisuels progresse de +9.1% au 30 septembre 2009.

Toutes les activités de ce segment sont en croissance au troisième trimestre, avec notamment une hausse significative de l'activité de droits audiovisuels et du Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B), ainsi qu'un redressement des ventes de Ventadis (vente à distance).

*
* *

Evolution de la situation financière et perspectives

Le Groupe M6 a poursuivi ses efforts en vue d'optimiser sa génération de trésorerie, lui permettant d'afficher au 30 septembre 2009 une trésorerie nette positive de 28.6 M€, contre 2.1 M€ au 30 septembre 2008.

Dans un contexte économique difficile, le Groupe M6 démontre à nouveau la pertinence de sa stratégie, en :

- réalisant, d'une part, les meilleures performances sur le segment de la télévision (meilleure résistance des chaînes historiques pour M6, plus forte progression des chaînes françaises pour W9),
- poursuivant, d'autre part, la croissance de ses recettes de diversifications, compensant ainsi la baisse conjoncturelle du marché publicitaire.

*
* *

Si le 3^{ème} trimestre marque une amélioration du marché publicitaire TV en comparaison du 1^{er} semestre, il convient toutefois de rester prudent et d'attendre une confirmation de cette reprise avant d'extrapoler pour 2010 les tendances observées sur cette fin d'année 2009.

*
* *

Neuilly sur Seine, le 5 novembre 2009

(1) L'information présentée ci-dessus vise à faire ressortir la répartition du chiffre d'affaires consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent le chiffre d'affaires des chaînes de télévision M6 et W9, la part publicitaire des recettes des chaînes numériques payantes, et la part publicitaire de chiffre d'affaires des activités de diversifications (internet essentiellement).

Prochaine publication : Chiffre d'affaires annuel 2009 le 27 janvier 2010 après bourse
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A
Code MMT, code ISIN : FR0000053225

CONTACT RELATIONS INVESTISSEURS – Claire Roblet – Tél +33 1 41 92 59 53 – croblet@m6.fr
CONTACT PRESSE – Yann de Kersaun – Tél +33 1 41 92 73 50 – ydekeraun@m6.fr
www.groupeM6.fr

