Rapport annuel 2005

M6

11:16:15

Sommaire

2 Message du Président du Directoire
4 Gouvernement d'entreprise
5 Organigramme du Groupe
5 Les dates clés du Groupe
6 Carnet de l'actionnaire
8 Chiffres clés 2005
10 Faits marquants 2005
12 Audiences
14 L'année publicitaire
16 M6, entreprise responsable

24 Antenne M6
26 Message du Directeur des programmes
28 Les productions internes
30 L'information
32 Les magazines de la vie
33 Les documents-réalité
34 Les divertissements, jeunesse
36 La fiction
40 Le sport

42 Les chaînes numériques
44 La télévision de complément
48 Paris Première
50 W9
52 Téva,
53 M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Rock
53 Fun TV,
54 TF6
54 Série Club

56 Les diversifications
58 Publications, Disques et Événementiel
60 M6 Éditions
62 Multimédia/Internet et Interactivité
64 Le cinéma et les droits
66 Vente à distance
68 Football Club des Girondins de Bordeaux

70 TPS

72 Rapport financier
75 Rapport de gestion
123 Informations financières
203 Informations juridiques

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

Un groupe en mesure de saisir de nouvelles opportunités

L'année 2005 aura été pour le Groupe l'occasion d'un double rendez-vous : démontrer l'efficacité de son modèle de croissance rentable et affirmer son projet de développement pour les années à venir.

Les performances financières du Groupe s'établissent à de nouveaux niveaux records : le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 274,7 M€, en progression de 6,4 %, (1 079,9 M€ hors TPS), avec un résultat net de 156,2 M€, en croissance de 21,3 %.

De grands succès d'audience auront marqué l'année 2005 : M6 progresse sur l'ensemble du public (individus de 4 ans et +) et confirme son statut de 2e chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans, avec une part d'audience de 19,1 %, en croissance significative par rapport à 2004.

La puissance de la chaîne et la pertinence de son positionnement ont séduit davantage d'annonceurs, avec 158 nouvelles marques présentes sur la chaîne en 2005 : la part de marché publicitaire brute atteint 23,2 %, record historique depuis la création de la chaîne. M6 réussit la performance de faire progresser ses recettes publicitaires de 4,0 % dans un marché stable.

En évoluant vers une programmation plus généraliste, M6 offre plus de sports, plus d'informations, plus de fictions françaises à ses audiences, comme en témoigne l'acquisition des droits de 31 matchs de la Coupe du Monde de Football 2006.

Cette stratégie de renforcement des contenus s'inscrit dans un paysage audiovisuel qui connaît des évolutions profondes : de plus en plus de foyers ont accès à un nombre de chaînes de plus en plus grand, les modes de distribution se multiplient, aux côtés du câble et du satellite se développent l'ADSL et la TNT, cette dernière marquant la fin de l'exclusivité de la télévision payante sur l'offre multi-chaînes.

Le Groupe a su anticiper ces mutations, en créant ou acquérant de nouvelles chaînes pour asseoir la position du Groupe. Les chaînes thématiques Paris Première, Téva, M6 Music Hits/Black/Rock, Fun TV, TF6 et Série Club ont réalisé en 2005 une nouvelle année de croissance, en continuant à progresser en audience et en revenus, notamment publicitaires (+ 11,7 %). Par ailleurs, le Groupe M6 dispose, avec W9, d'une chaîne sur la TNT gratuite, qui va progressivement, grâce aux investissements consentis et à la pénétration accrue du numérique terrestre, constituer un deuxième atout du Groupe en télévision gratuite.

S'agissant de TPS, l'année 2005 aura constitué un tournant décisif. Prenant en compte les évolutions de l'environnement économique de la télévision payante, avec la multiplication des plates-formes de distribution et des modes d'accès, et l'émergence de nouveaux acteurs, les actionnaires de TPS et du Groupe Canal+ ont acté la nécessité de regrouper leurs forces en signant un accord de rapprochement industriel des deux entités. Cet accord, soumis aux autorités de la concurrence, vise à permettre de donner de nouvelles perspectives au marché de la télévision payante.

Les diversifications du Groupe M6 auront connu une année 2005 dynamique. La stratégie mise en œuvre a visé à accélérer le développement des activités et des canaux de distribution de produits et de diffusion de contenus, avec

un axe fort : capitaliser autour de la marque M6 et des compétences et savoir-faire du Groupe, tout en confortant la relation d'interactivité avec les téléspectateurs, abonnés, internautes, clients.

Ainsi, de nouveaux relais de croissance ont été lancés ou intégrés. M6 mobile by Orange marque les premiers pas du Groupe dans l'univers de la téléphonie mobile, sous la forme d'un partenariat couronné de succès, puisque le nombre d'abonnés atteignait 227 000 au 31 décembre, soit plus du double de l'estimation initiale. Ce développement représente pour le Groupe une opportunité d'aborder un nouveau métier, de prendre position sur un marché prometteur et de bâtir une nouvelle source de croissance et de rentabilité.

Avec l'acquisition de Mistergooddeal.com, un des premiers sites français de e-commerce, le Groupe a créé un pôle de vente à distance bénéficiant d'une taille critique. Combinaison inédite de la télévision et d'Internet, ce pôle, acteur multi-canal présent sur tous les supports puissants de diffusion et de distribution, est idéalement positionné pour bénéficier du fort essor du e-commerce.

Sur les autres activités de diversifications, la croissance enregistrée par M6 Web illustre la pertinence de la stratégie bâtie par le Groupe autour de sa marque, en conjuguant puissance des programmes de la chaîne, proximité et interactivité. Par ailleurs, le Groupe s'est attaché à conforter les perspectives de développement du pôle Interactions, notamment en acquérant le journal *Citato* et en lançant le magazine *Auto Turbo*. En matière de droits audiovisuels, le Groupe a poursuivi sa politique d'acquisition de films tous droits, s'assurant la maîtrise des contenus et de leur distribution. Enfin, en ce qui concerne le Football Club des Girondins de Bordeaux, l'effort réalisé en 2004 aura porté ses fruits, en permettant un retour à l'équilibre financier et en donnant au Club les moyens de ses ambitions sportives.

2005 a été une bonne année pour le Groupe, tant en termes de résultats immédiats, que d'investissements réussis pour générer les résultats à venir, dans un environnement audiovisuel en mutation extrêmement rapide. Si le Groupe a su anticiper les mutations de son environnement et garantir les bases d'une croissance solide, rentable et durable, c'est essentiellement grâce à trois de ses actifs, qui n'apparaissent pas immédiatement dans les chiffres de ce rapport annuel, mais que je veux souligner ici. Il s'agit : de notre culture de gestion, qui nous conduit à prendre des risques calculés ; du soutien sans faille d'une base d'actionnaires élargie ; enfin et surtout, de l'implication totale des équipes du Groupe. Ces trois actifs devraient nous permettre de relever les nombreux défis qui attendent le Groupe et ses concurrents dans les années à venir. Qu'il s'agisse de l'ouverture de la publicité à la distribution en 2007, du développement de nouveaux supports de diffusion, des évolutions technologiques et concurrentielles. Le Groupe est aujourd'hui plus que jamais en mesure de saisir de nouvelles opportunités et de valoriser les marges et leviers de progression significatifs dont il dispose.

Nicolas de Tavernost

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Directoire

Nicolas de Tavernost
Président

Thomas Valentin
Vice-Président en charge des programmes

Catherine Lenoble
en charge de la publicité

Éric d'Hotelans
Vice-Président en charge des activités de gestion

Jean d'Arthuys
en charge des activités numériques

Conseil de surveillance

Albert Frère
Président

Gérard Worms
Vice-Président

Bernard Arnault
Vincent de Dorlodot
Axel Ganz
Constantin Lange
Jean Laurent

Guy de Panafieu
Remy Sautter
Yves-Thibault de Silguy
Ignace Van Meenen
Gerhard Zeiler

Comité Exécutif

Nicolas de Tavernost

Thomas Valentin

Éric d'Hotelans

Catherine Lenoble

Jean d'Arthuys

Philippe Bony
Directeur Général Adjoint des Programmes

Gilles Boyer
Directeur des Relations Institutionnelles

Delphine Cazaux
Directeur de l'Organisation et des Ressources Humaines

Nicolas Coppermann
Directeur Général Adjoint des Programmes

Jérôme Dillard
Directeur des Diversifications

Michelle Garrigues-Fredet
Directeur des Systèmes d'Information

Jean Golvan
Directeur des Études et du Marketing

Jérôme Lefébure
Directeur Administratif et Financier

Nathalie-Camille Martin
Directeur Juridique

Émilie Pietrini
Directrice de la communication

Régis Ravanas
Directeur Général Adjoint des Programmes

Michel Rey
Directeur Général Adjoint – Secrétaire Général

Marc Roussel
Directeur Logistique et Moyens Techniques

ORGANIGRAMME DES FILIALES

Antenne M6	**PUBLICITÉ**	**M6 Publicité**	Catherine Lenoble
	PRODUCTION	**C. Productions**	Frédéric Mercier
		Métropole Production	Nicolas Coppermann
		W9 Productions	Alexis de Gemini
		Studio 89 Productions	Florence Duhayot
		M6 Films	Philippe Bony
Chaînes numériques		**M6 Thématique**	Jean d'Arthuys
		Paris Première	Jean d'Arthuys
		Téva (51 %)	Catherine Comte
		W9	Pierre Robert
		M6 Music Hits/Black/Rock	Nicolas Gicquel
		Fun TV	Pierre Robert
		TF6 (50 %)	Frédéric de Vincelles / Fabrice Bailly
		Série Club (50 %)	Frédéric de Vincelles / Fabrice Bailly
Diversifications et droits audiovisuels	**ÉDITION, DISQUE ET VIDÉO**	**M6 Interactions**	Jérôme Dillard
		M6 Événements	François Vincent
	INTERACTIVITÉ	**M6 Web**	Xavier Marvaldi
	DROITS AUDIOVISUELS	**Soc. Nouv. de Distribution (SND)**	Thierry Desmichelle
		Mandarin/SNC	Philippe Bony
		TCM Droits audiovisuels	Anne Boudard
		M6 Studio	Natalie Altmann
	VENTE À DISTANCE	**Home shopping Service**	Jérôme Dillard
		Mistergooddeal.com	Nicolas Berloty /Guillaume Clavel
	FOOTBALL	**M6 Foot (F. C. Girondins de Bordeaux)**	Jean-Louis Triaud / Alain Deveseleer
TPS	**TPS (34 %)**		Emmanuel Florent

Le Groupe M6 : les dates clés

• **1987** - Métropole Télévision reçoit l'autorisation d'exploiter le 6e réseau hertzien, le 1er mars.
À 11h15, M6 diffuse sa 1re image.

• **1989** - 1er journal d'info local à Bordeaux, diffusé à 19h54, le premier d'une longue série de décrochages régionaux à Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nancy, Nantes, Nice, Rennes et Toulouse.

• **1992** - Création de M6 Interactions qui commercialise les produits dérivés.
M6 boucle son 1er exercice bénéficiaire.

• **1994** - L'action M6 est introduite au Second Marché de la Bourse de Paris.

• **1999** - M6 reprend le club des Girondins de Bordeaux, avec 66 % du capital (puis 100 % en 2002).

• **1996** - M6 crée son site Internet : www.m6.fr
TPS la télévision par satellite est lancée.

• **2000** - Record de progression publicitaire avec une augmentation de plus de 20 % des recettes publicitaires.

• **2001** - Lancement de *Loft Story*, 1re expérience de téléréalité.

• **2002** - Avec la 2e saison de *Loft Story*, M6 s'offre le record historique de la chaîne avec 8,2 millions de téléspectateurs en prime time.

• **2004** - Suez se désengage du Groupe en conservant 5 % du capital.

• **2005** - M6 devient le premier diffuseur en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2006 (en nombre de matchs).
M6 devient actionnaire majoritaire du magazine gratuit *Citato* et lance en co-édition le magazine *Auto Turbo*
Acquisition de Mistergooddeal.com, un des leaders du e-commerce en France.

CARNET DE L'ACTIONNAIRE

Informations boursières

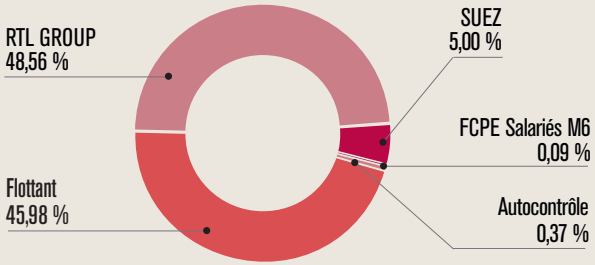
Dénomination sociale : Métropole Télévision
Code ISIN : FR0000053225
Code Reuters : MMTP.PA
Code Bloomberg : MMT: FP
Capital social : 52 755 476 € composé de 131 888 690 actions d'une valeur nominale de 0,40 € de même catégorie intégralement souscrites et libérées
Marché de cotation : Compartiment A de l'Eurolist d'EURONEXT Paris (sociétés dont la capitalisation boursière moyenne est supérieure à 1 milliard d'euros)
Date de 1re cotation : 28 septembre 1994
Éligible au SRD : oui

Indices boursiers

L'action M6 fait partie des indices SBF 80, SBF 120, SBF 250, EURONEXT 100, IT CAC 50 et IT CAC. Depuis sa création le 1er janvier 2005, l'action M6 appartient au nouvel indice **CAC IT 20**, regroupant les 20 valeurs « technologiques » les plus représentatives du SBF 120, ainsi qu'au **CAC MID100** depuis le 1er septembre 2005.
L'action est intégrée dans la composition de 17 des indices DJ STOXX®, et notamment des deux indices sectoriels **DJ Euro Stoxx Media et DJ Stoxx 600 Media**, qui regroupent respectivement les 23 et les 41 valeurs européennes de médias les plus importantes.

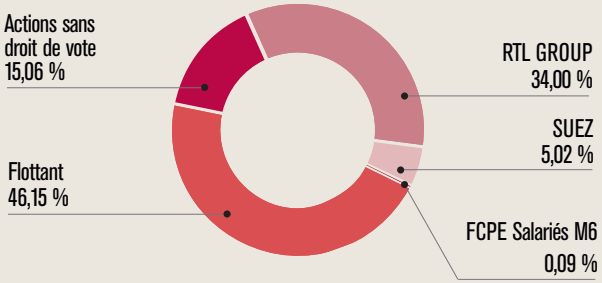
Répartition du capital au 31 décembre 2005

(selon enquête Euroclear des titres au porteur)



Répartition des droits de vote au 31 décembre 2005

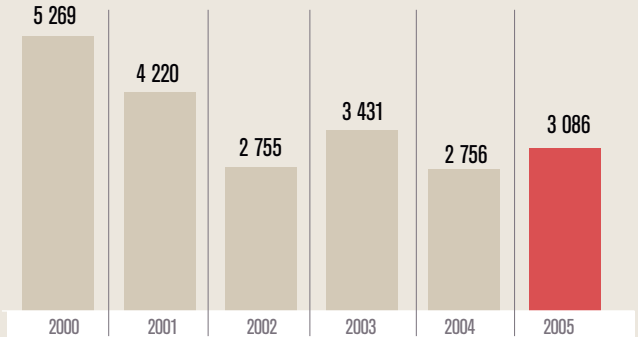
(selon enquête Euroclear des titres au porteur)



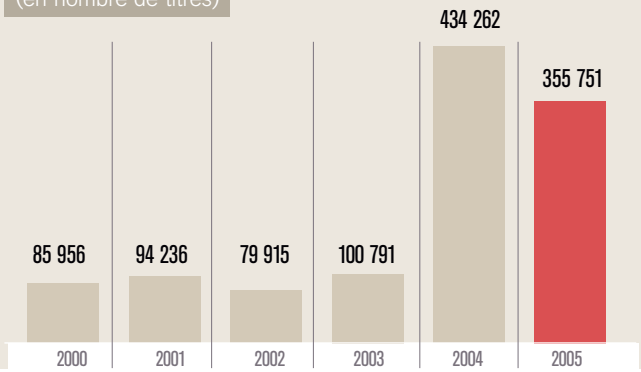
Données boursières depuis 2000

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nombre d'actions	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Plus haut annuel (en €)	88.00	44.21	35.50	27.68	29.30	25.07
Plus bas annuel (en €)	36.00	13.75	19.50	14.25	18.94	19.12
Dernier cours de l'année (en €)	39.95	32.00	20.89	26.02	20.90	23.40

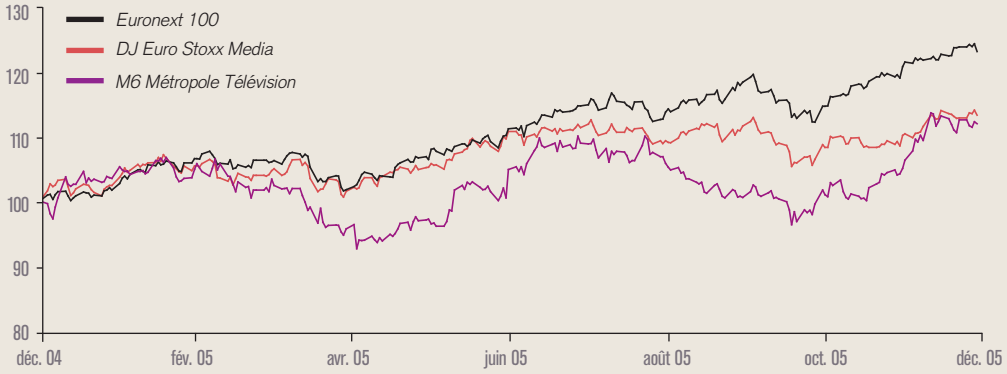
Capitalisation boursière au 31 décembre
(en millions d'euros)



Volumes moyens quotidiens
(en nombre de titres)



Évolution comparée du cours de l'action M6 et des indices Euronext 100 et DJ Euro Stoxx Media sur l'année 2005



Sur l'année 2005, le cours de l'action M6 a enregistré une hausse de +12,0 %, en ligne avec la performance de l'indice sectoriel DJ EURO STOXX MEDIA , dont la progression sur l'année s'est établie à +13,3 %.

Un dividende en croissance, un rendement élevé

	2002	2003	2004	2005 (*)
Dividende net (en €)	0,57	0,67	0,84	0,95
Taux de croissance du dividende sur l'année (%)	-	17,5 %	25,4 %	13,1 %
Taux de rendement (%), au cours de clôture du 31 décembre	2,73 %	2,57 %	4,02 %	4,10 %

** dividende proposé à l'Assemblée Générale des Actionnaires du 24 avril 2006*

Politique d'information et documents accessibles au public

En vue d'établir et d'entretenir un contact fréquent avec les actionnaires et l'ensemble de la communauté financière, de nombreuses rencontres ont été organisées au cours de l'année 2005 :

- des réunions de présentation des résultats annuels et semestriels,
- des contacts téléphoniques lors de la communication des chiffres d'affaires trimestriels, ainsi que des conférences téléphoniques organisées pour commenter l'acquisition de Mistergooddeal.com et l'accord Vivendi Universal – TF1– M6 en matière de télévision payante.

Par ailleurs, le Groupe a entrepris d'aller à la rencontre de la communauté financière, en France et à l'étranger, à l'occasion de roadshows ou de conférences investisseurs. Enfin, de nombreux rendez-vous individuels avec des analystes, investisseurs, gérants se sont tenus en 2005.

Afin d'améliorer la qualité de l'information fournie, une nouvelle version du site Internet dédié aux finances du Groupe a été mise en ligne au courant de l'année. Ce site est régulièrement alimenté des documents de référence, dernières publications, présentations, communiqués, statuts,…

Les communiqués ainsi que le document de référence sont par ailleurs disponibles sur le site de l'AMF : www.amf-france.org

Les rendez-vous de l'actionnaire en 2006

(calendrier indicatif)

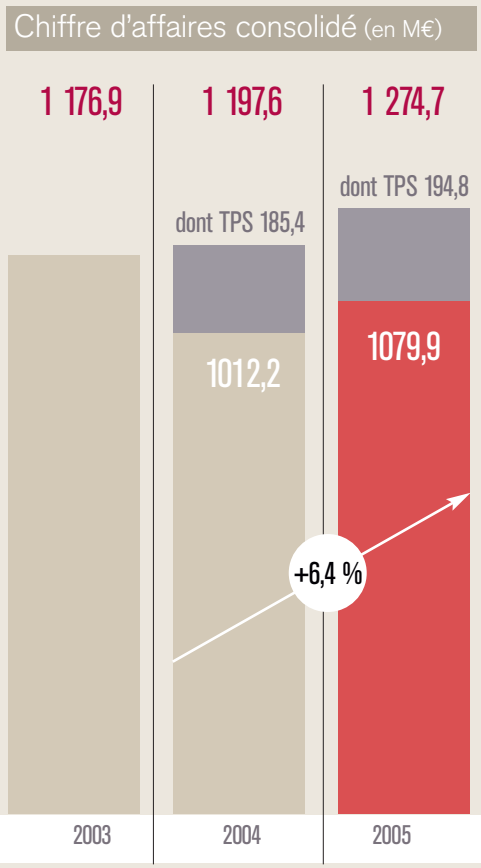
- Lundi 24 avril 2006 :
  Assemblée Générale Mixte des actionnaires
- Mardi 25 avril 2006 :
  Publication du chiffre d'affaires du 1er trimestre 2006
- Vendredi 28 avril 2006 :
  Mise en paiement du dividende de l'exercice 2005
- Jeudi 27 juillet 2006 :
  Publication du chiffre d'affaires du 2e trimestre 2006
- Lundi 28 août 2006 :
  Publication des résultats du 1er semestre 2006
- Jeudi 26 octobre 2006:
  Publication du chiffre d'affaires du 3e trimestre 2006

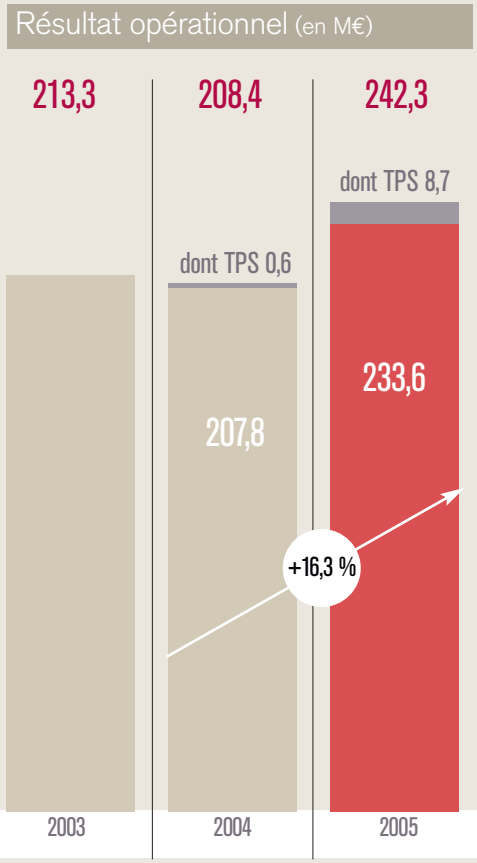
Ce calendrier indicatif est actualisé sur le site Internet

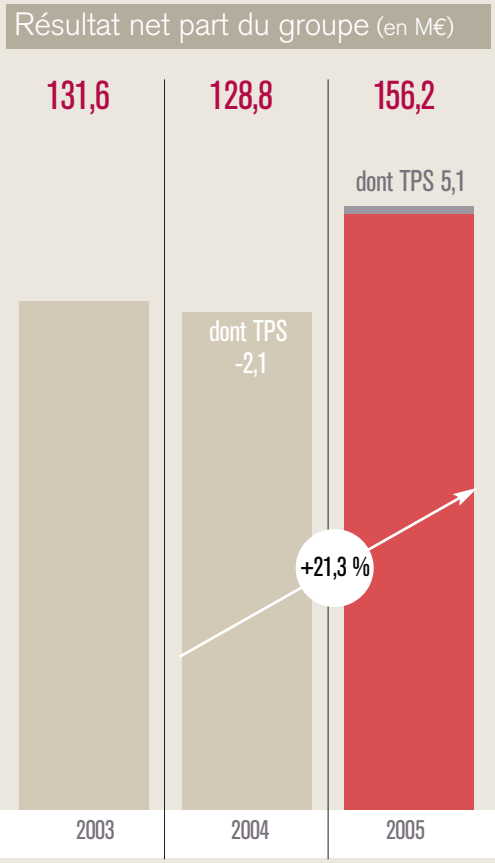
- *Pour suivre l'actualité financière du Groupe M6 :*
  http://www.m6finances.com

Contacts Relations Investisseurs :
actionnaires@m6.fr

CHIFFRES CLÉS





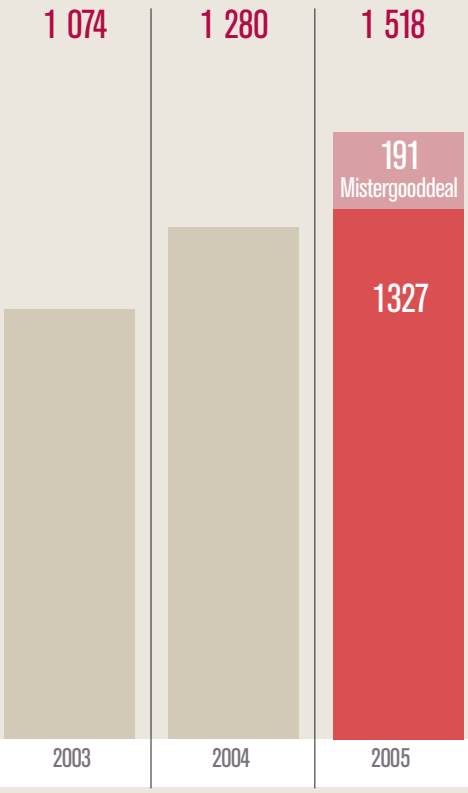


1 274,7 M€
de chiffre d'affaires consolidé

19,0 %
de marge opérationnelle

12,3 %
de marge nette

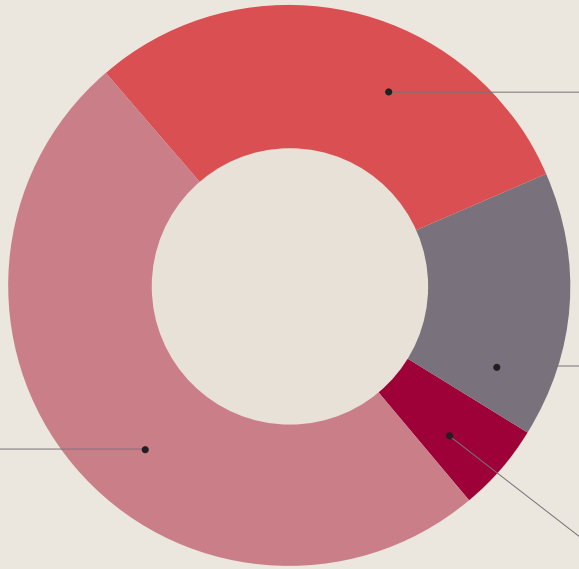
Effectifs permanents



1 518
permanents

Répartition du Chiffre d'Affaires par activités (en M€)

Antenne M6	635
Chaînes numériques	64,6
Diversifications et droits audiovisuels	380,3
Activités en cours de cession (TPS)	194,8
CA Total Groupe M6	**1274,7**



Diversification et droits audiovisuels
29,8 %

TPS (activité en cours de cession)
15,3 %

Antenne M6
49,8 %

Chaînes numériques
5,1 %

Structure financière (en Millions d'euros)

	2003	2004	2005*
Capitaux propres part du Groupe	420	440,9	504,3
Endettement financier	46	8,3	0,3
Trésorerie brute	253,6	211,5	243,1

(*) activités poursuivies

Les chiffres 2003 sont en normes françaises alors que les données 2004 et 2005 sont en normes IFRS

FAITS MARQUANTS

2005

JANVIER

2 janvier : M6 se mobilise pour venir en aide aux rescapés du tsunami en Asie du Sud.
3 janvier : Lancement d'une nouvelle fiction courte au ton décalé, *Kaamelott*.
10 janvier : Lancement de M6 Music Rock et M6 Music Black.

FÉVRIER

3 février : M6 bat son record d'audience historique pour une série, 6,2 millions de téléspectateurs ont été captivés par *Les 4400*, une série coproduite par Francis Ford Coppola.
10 février : M6 conclut un accord avec Orange dans la téléphonie mobile: M6 mobile by Orange.
17 février : Les chanteuses Chimène Badi et Amel Bent révélées par des émissions musicales de M6 sont la même semaine n° 1 du top des ventes de disques en France (albums et singles).

MARS

21 mars : Le titre d'Ilona Mitrecey *Un monde parfait* devient n° 1 des ventes de singles, exploit confirmé sur l'année 2005.
31 mars : M6 Music est lancé sur la TNT sous le nom de W9 sur le canal 9.
31 mars : Lancement de M6 Music Hits

AVRIL

6 avril : Sortie en salles du film *Brice de Nice* coproduit par M6 (4,4 millions d'entrées en 2005).
26 avril : *Indiana Jones et le temple maudit* réunit près de 6,1 millions de téléspectateurs.

MAI

3 mai : M6 innove en diffusant le documentaire *Hitler, la folie d'un homme*, un document inédit en couleurs retraçant la période sombre du nazisme.
9 mai : M6 crée l'événement en diffusant pour la première fois la double trilogie *Star Wars* en suivant la chronologie de l'histoire.
16 mai : Rachat par SND du catalogue de droits de la Société Nouvelle de Cinématographie (SNC) pour la diffusion en salles, en vidéo et à la télévision de plus de 450 films, dont la série des *Gendarmes*.

JUIN

9 juin : Lancement de la 1re offre commerciale M6 mobile by Orange : un forfait innovant destiné aux 15-25 ans.
17 juin : Ricardo Gomez Raymundo devient le nouveau manager des Girondins de Bordeaux.
30 juin : Laurent Boyer et le Groupe M6 s'associent à la Sécurité routière pour la diffusion d'un spot de prévention sur le port de la ceinture à l'arrière à l'occasion des grands départs en vacances.

JUILLET

2 juillet : M6 est le diffuseur français TV exclusif du *Live 8*, 8 concerts gratuits organisés partout dans le monde à l'initiative de Bob Geldof pour lutter contre la pauvreté en Afrique.
27 juillet : Sortie au cinéma du film *Mr & Mrs Smith* avec Brad Pitt et Angelina Jolie coproduit par M6.

AOÛT

30 août : M6 Interactions devient actionnaire majoritaire du mensuel gratuit *Citato*, un magazine d'actualité destiné à donner le goût de la presse aux 15-20 ans.

SEPTEMBRE

4 septembre: Lancement de *100 % Foot*, le nouveau magazine hebdomadaire présenté par Estelle Denis.
28 septembre : M6 diffuse le 1er épisode d'une nouvelle fiction française *Merci les enfants vont bien* contant les joyeuses tribulations d'une famille nombreuse (5,4 millions de téléspectateurs).

OCTOBRE

7 octobre : M6 annonce qu'il sera le premier diffuseur en clair de la Coupe du Monde de football (en nombre de matchs) en diffusant en direct et en Haute Définition 31 des 64 matchs.

19 octobre : M6 décline avec succès les fictions françaises sur le ton de la comédie avec la diffusion d'*On ne prête qu'aux riches* réunissant Michèle Bernier et Axelle Laffont (5,4 millions de téléspectateurs).

NOVEMBRE

9 novembre : Lancement du magazine *Auto Turbo*, le nouveau magazine de l'automobile, en coédition avec Motor Presse et M6 Éditions.
15 novembre : Le groupe M6, au travers de sa filiale Home Shopping Service, acquiert Mistergooddeal.com, l'un des principaux acteurs français du e-commerce, leader du déstockage de grandes marques sur Internet.
21 novembre : Lancement de Paris Première en TNT payante.

DÉCEMBRE

12 décembre : Ouverture du premier magasin « M6 Boutique » à Paris.
15 décembre : Turbo.fr, 1er site éditorial automobile, fête ses 5 ans avec une nouvelle ergonomie et de nouvelles rubriques axées sur le service.
16 décembre : Vivendi Universal, TF1 et M6 annoncent être entrés en négociation pour aboutir à un accord industriel dans le domaine de la télévision payante.
21 décembre : M6 mobile by Orange franchit le cap des 200 000 abonnés.

2006

JANVIER

23 janvier : Lancement du *12:50* présenté par Anne-Sophie Lapix.

FÉVRIER

22 février : M6 mobile séduit plus de 300 000 abonnés.

Mistergooddeal.com

On ne prête qu'aux riches

11 matchs diffusés en prime time en 2005 sur M6

M6 mobile

ZOOM SUR...

Prix et récompenses

24 mars : Les Lauriers de la radio et de la télévision du Sénat ont attribué le Laurier du divertissement pour *Caméra café* et une mention dans la catégorie Société pour le *Pensionnat de Chavagnes*.

6 juin : *Kaamelott* lancée en janvier est élue meilleur programme TV lors du grand prix des médias CB News 2005.

25 octobre : *M6 Kid* est récompensée par un prix mention jeunesse dans le cadre du prix média de La Fondation pour l'enfance pour le reportage *Comment ne pas fumer la 1re cigarette*.

26 novembre : *Enquête exclusive* reçoit le grand prix Jean-Louis Calderon au Festival International du Scoop et du Journalisme d'Angers pour le documentaire de Paul Comiti *Dans l'enfer de Bagdad*.

13 décembre : Calt (Jean-Yves Robin) a reçu une mention spéciale, remise aux producteurs dont le programme a marqué le public cette année, pour *Kaamelott* d'Alexandre Astier.

19 février 2006 : Véronique Mounier et Alexandre Astier, récompensés aux premiers Trophées des Jeunes Talents, respectivement meilleure animatrice et meilleur comédien.

AUDIENCES

L'année 2005 a été marquée par des niveaux d'audience historiques auprès de tous les publics. M6 demeure la 2e chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans et n'a jamais affiché autant de soirées fédératrices.

Le sort des 4400 a fasciné 6,2 millions de téléspectateurs en moyenne

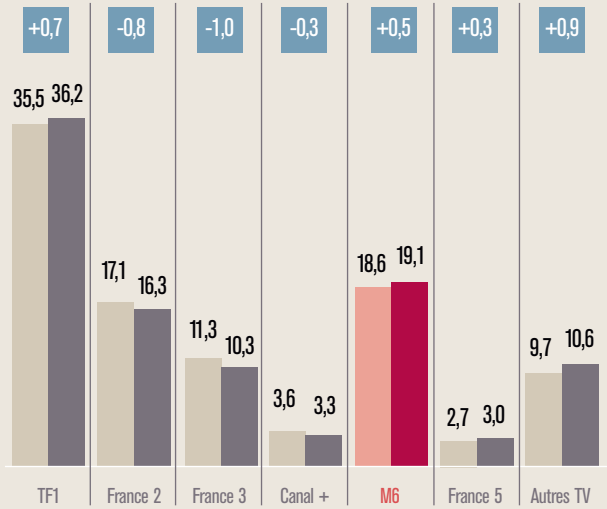
Une année de progression

En 2005, l'audience de M6 a progressé de +2,2 % sur l'ensemble du public et de +0,1 point de part d'audience à 12,6 %. Une performance marquée notamment sur la tranche horaire du prime time qui progresse de 200 000 téléspectateurs soit 3,2 millions en moyenne chaque soir.
M6 affiche des soirées de plus en plus fortes : 26 soirées supérieures à 5 millions de téléspectateurs en 2005 contre 17 en 2004 et 90 soirées supérieures à 4 millions de téléspectateurs en 2005 contre 66 en 2004.

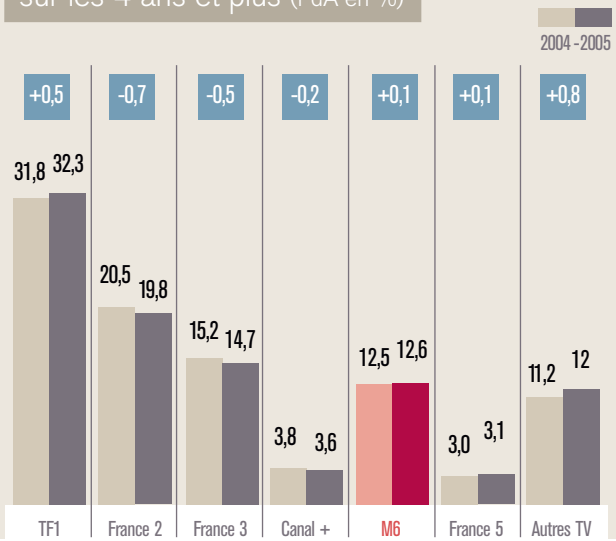
Des records auprès des publics privilégiés

M6 progresse auprès des moins de 50 ans avec une part d'audience de 18,4 % contre 18,0 % en 2004 alors que la concurrence des « Autres TV » n'a jamais été aussi vive.
Les ménagères de moins de 50 ans n'ont jamais autant regardé M6 (avec chaque jour en moyenne 41 minutes passées devant la chaîne). Avec 19,1 % de part d'audience auprès de ce public (contre 18,6 % en 2004), M6 enregistre son record (à égalité avec 2001 et 2002). Les jeunes restent également fidèles à la chaîne puisque M6 et affiche sa meilleure performance sur cette cible depuis son lancement : 21,5 % de part d'audience auprès des 15-34 ans.

Progression 2004-2005 toutes chaînes sur les ménagères de moins de 50 ans (PdA en %)



Progression 2004-2005 toutes chaînes sur les 4 ans et plus (PdA en %)



(Source : Mediametrie)

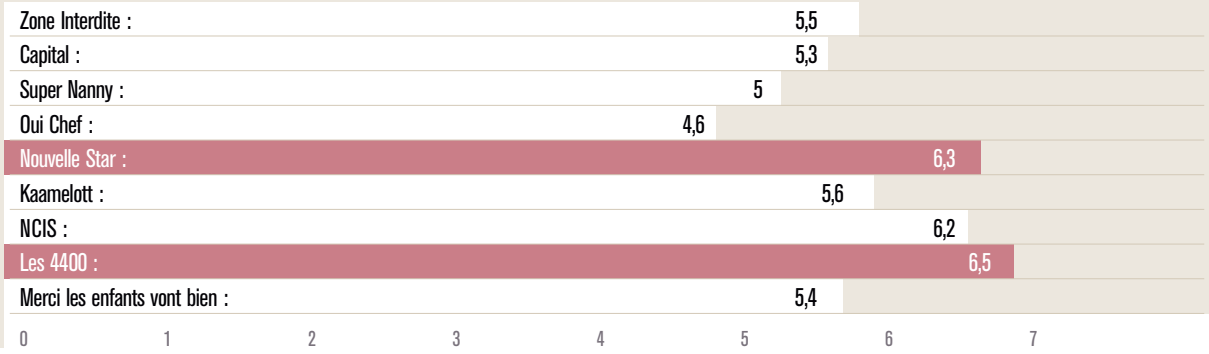
Des succès dans tous les genres de programmes

Tous les genres de programmes ont été plébiscités par le public. Magazines, fictions et sport, symboles de la diversité de la programmation, les grands rendez-vous de la chaîne comme les nouveautés, ont recueillis des audiences records. Les magazines de référence de l'information continuent de progresser : 200 000 téléspectateurs supplémentaires ont suivi *Capital* et *Zone Interdite* le dimanche soir et le *Six minutes* demeure le deuxième journal d'info de soirée le plus regardé par les moins de 50 ans.
M6 a conquis les téléspectateurs avec de nouvelles écritures qui mettent en perspective les faits de société et le quotidien sous un angle pédagogique et ludique. *Super Nanny* a attiré jusqu'à 5 millions de téléspectateurs et *C'est du propre* a réuni jusqu'à 4,6 millions de téléspectateurs. M6 a créé l'événement en 2005 avec des émissions qui ont fortement marqué le public : la troisième saison de *Nouvelle Star* a enregistré un record historique avec 6.5 millions de téléspectateurs, le document *Hitler, la folie d'un homme* a rassemblé 4,6 millions de téléspectateurs et *Oui Chef !* a réuni en moyenne 4,3 millions de téléspectateurs.

Des fictions françaises originales ont permis de fédérer toute la famille : *On ne prête qu'aux riches* et *Merci les enfants vont bien* ont recueillis 5,4 millions de téléspectateurs.
M6 confirme également une fois de plus son positionnement de chaîne de référence en matière de séries étrangères avec le lancement de 13 nouvelles séries telles que *les 4400* et *Nip Tuck*. De son côté *NCIS Enquêtes spéciales* qui a battu son record cette année avec 6,2 millions de téléspectateurs. M6 a également enregistré sa meilleure audience historique pour une série avec la soirée de lancement de la saison 1 des *4400* (6,3 millions de téléspectateurs).

Côté cinéma, M6 a créé l'événement avec la saga *Star Wars* en affichant des performances record : 6,5 millions de téléspectateurs en moyenne sur les 5 épisodes.
Enfin, en 2005, M6 a accru son implication dans le football avec la diffusion du parcours de l'Olympique de Marseille dans la Coupe de l'UEFA et le lancement du magazine *100 % Foot*. 4 millions de téléspectateurs ont suivi le dernier match de poule de l'OM et 500 000 téléspectateurs en moyenne ont regardé *100 % Foot* animé par Estelle Denis le dimanche à minuit.

Meilleures audiences 2005 par émission
(en millions de téléspectateurs)



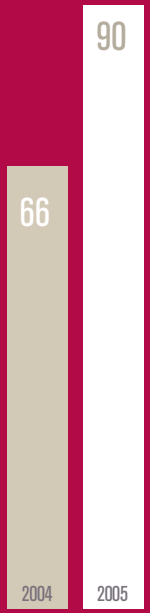
(Source : Mediametrie)

3h26
Record historique pour la durée d'écoute individuelle. Les Français n'ont jamais autant regardé la Télévision.

216 min.
La durée d'écoute des ménagères progresse de 7 minutes (216 min vs 209 min en 2004).

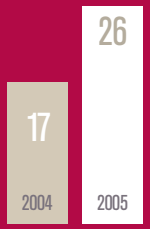
Des soirées puissantes

Nombre de prime time supérieurs à **4 millions** de téléspectateurs



1 soir sur 4 en 2005 contre 1 soir sur 6 en 2004, M6 a réuni plus de 4 millions de téléspectateurs

Nombre de prime time supérieurs à **5 millions** de téléspectateurs



Le nombre de soirées dépassant les 5 millions de téléspectateurs a fortement progressé en 2005

(Source : Mediametrie)

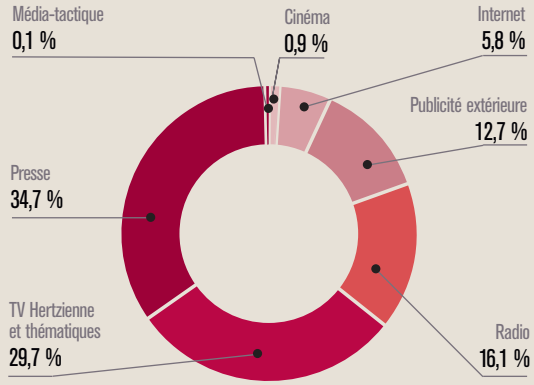
L'ANNÉE PUBLICITAIRE

Investissements publicitaires plurimedia

En France, en 2005, les investissements bruts des grands médias ont progressé de 5,8 % à 19 499 M€. L'année 2005 aura été marquée par la forte progression des investissements publicitaires sur Internet, dont la part de marché atteint 5,8 % vs. 3,5 % en 2004. L'ensemble des media a enregistré en 2005 une croissance des investissements publicitaires, avec une hausse de 1,3 % pour la Télévision (chaînes hertziennes et thématiques).

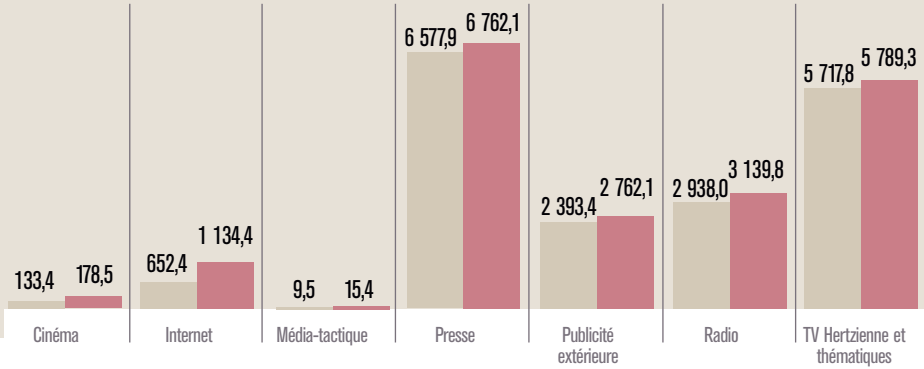
Répartition des Investissements plurimédia bruts (en M€)

(Source : Media Explorer / TNS Media Intelligence)



Investissements plurimédia bruts (en M€)

(Source : Media Explorer / TNS Media Intelligence)

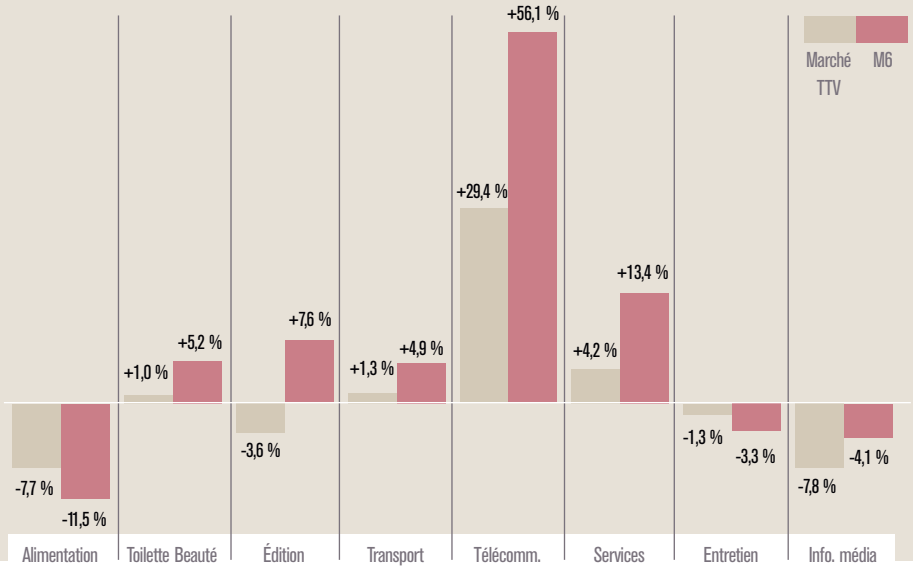


Investissements publicitaires – télévision hertzienne

Avec 5 789 M€ d'investissements et une part de marché brute de 29,7 %, la télévision (hertzienne et thématique) est le deuxième média le plus investi par les annonceurs. Dans un contexte économique peu porteur, caractérisé par un ralentissement de la consommation des ménages et un environnement réglementaire complexe pour les annonceurs du secteur de la grande consommation, les investissements publicitaires bruts ont enregistré une croissance limitée de 0,3 % sur les chaînes de télévision hertzienne. L'Alimentation, qui demeure le 1er secteur annonceur en télévision, a ainsi diminué de 7,7 % ses investissements publicitaires. À l'inverse, les secteurs des Télécommunications, des Services (Banque, Assurance, Travail Temporaire) et dans une moindre mesure de l'Automobile, ont continué à recourir de manière soutenue à la publicité télévisée, avec des progressions respectives de 29,4 %, 4,2 % et 1,3 % de leurs investissements. Sur ces secteurs dynamiques, M6 a enregistré des progressions significatives, avec notamment une hausse de 56,1 % des investissements du secteur des Télécommunications, et de 13,4 % des investissements du secteur des Services.

Évolution en 2005 des 8 premiers secteurs en télévision

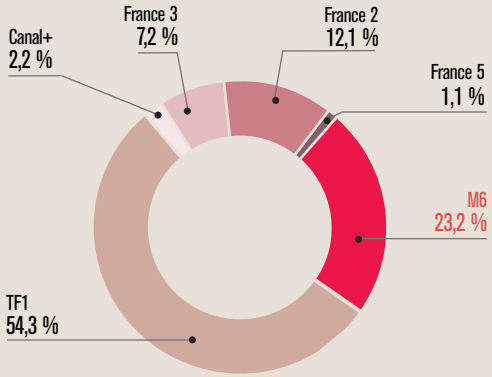
(Source : TNS Media Intelligence)



Renforcement de la part de marché publicitaire

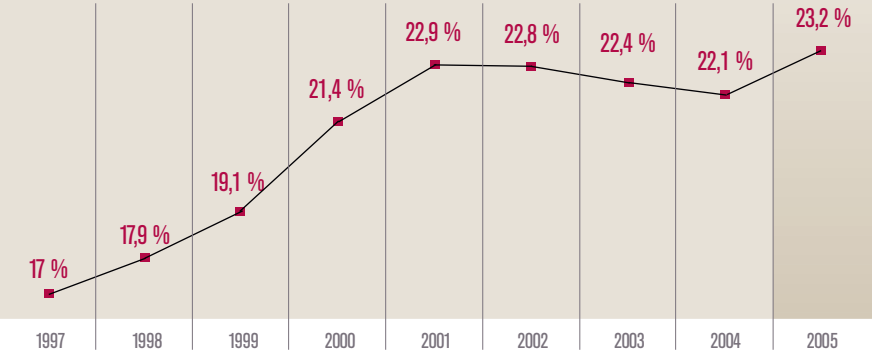
Répartition des parts de marché publicitaire en 2005

La chaîne M6 conforte son rang de deuxième chaîne la plus investie par les annonceurs en télévision, avec une part de marché brute de 23,2 %, en progression de 1,1 point. La chaîne atteint en 2005 sa part de marché la plus élevée depuis sa création.



Évolution de la part de marché publicitaire de M6

Grâce à des audiences plus fortes, à des soirées plus fédératrices, en s'adressant à un public élargi, la chaîne M6 a renforcé son statut auprès des annonceurs, permettant aux recettes publicitaires de progresser de 4,0 % dans un marché en très faible croissance. M6 bénéficie de leviers de croissance structurels significatifs, liés aux volumes d'espaces disponibles, au taux de présence sectoriel et au différentiel de prix favorable. Ces éléments permettent à la chaîne d'envisager avec confiance la prochaine étape importante que constitue l'ouverture de la publicité télévisée au secteur de la grande distribution au 1er janvier 2007.



Investissements publicitaires - offre de complément

Selon les données publiées par le CSA concernant l'année 2004, les investissements publicitaires nets effectués sur les chaînes thématiques s'élevaient à 139,9 M€, soit 4,5 % des investissements publicitaires nets réalisés sur l'ensemble des chaînes (hertziennes et thématiques).
Les chaînes de l'offre de complément (chaînes thématiques essentiellement) ont bénéficié en 2005 d'investissements publicitaires bruts en croissance de 10,5 %.

Au sein de l'univers restreint Câble – Satellite – TNT, la répartition des investissements publicitaires bruts est majoritairement dominée par les chaînes du câble et du satellite, avec cependant un bilan positif des 9 nouvelles chaînes lancées en TNT gratuite respectivement à compter du :
- 31 mars 2005 (France 4, NRJ12, NT1, TMC, W9),
- 14 octobre 2005 (i>Télé)
- 17 octobre 2005 (Europe2 TV)
- 18 novembre 2005 (Gulli)
- 28 novembre 2005 (BFMTV)

W9, chaîne du Groupe M6, se positionne comme 3e chaîne en matière d'investissements publicitaires bruts parmi les nouvelles chaînes de l'offre TNT gratuite.

Sur l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes thématiques du Groupe est en hausse de 26,6 % (+ 11,7 % à périmètre constant).

M6, UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Le Groupe M6 se positionne comme un acteur à part entière du développement durable dans l'exercice de ses **responsabilités économiques, sociétales et sociales.**

URGENCES

Développement économique

La responsabilité économique du Groupe M6 est d'assurer son développement en exploitant les réserves importantes de croissance des différents métiers qui le composent.

Un modèle de croissance rentable pour aujourd'hui et demain

Attentif à délivrer une performance financière en constante amélioration année après année, le Groupe veille à élargir et consolider les bases de sa croissance future dans un environnement concurrentiel et technologique en mutation rapide.
Ainsi, en 2005, le Groupe M6 a mené avec succès une stratégie offensive sur l'ensemble de ses activités, comme l'illustrent :
• le renforcement de la puissance de la chaîne M6,
• la position confortée des chaînes thématiques,
• et la démarche offensive en matière de diversifications, avec le lancement ou l'acquisition de nouveaux relais de croissance.
Par ailleurs, prenant en compte les évolutions de l'environnement économique de la télévision payante, les actionnaires de TPS et du Groupe Canal+, ont acté la nécessité de regrouper leurs forces en signant un accord de rapprochement industriel des deux entités.

Ce nouvel exercice de croissance des revenus (+6,4 %) a permis de dégager un niveau de résultat record à 156,2 M€, en croissance de 21,3 %. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte convoquée le 24 avril 2004 de distribuer un dividende de 0,95€ par action, correspondant à un taux de distribution de 80 % du résultat net consolidé.
Créateur d'emplois, le Groupe comptait au 31 décembre 2005 un effectif permanent de 1 518 personnes contre 1 280 au 31 décembre 2004, sous l'effet de la croissance des activités et de l'acquisition de la société Mistergoodeal.com.
Le Groupe M6 possède aujourd'hui de nombreux atouts pour répondre aux enjeux et opportunités de ses marchés, et valoriser les marges et leviers de progression significatifs dont il dispose. Le Groupe affirme ainsi sa stratégie volontariste notamment en matière d'acquisitions de contenus, son positionnement ambitieux sur la TNT gratuite avec la chaîne W9, et sa capacité à capitaliser autour de sa marque sur de nouveaux supports avec M6 mobile by Orange

Assurer les conditions du développement

Pour assurer les conditions de son développement économique, le Groupe en tant que producteur de contenus doit garantir sa politique éditoriale en développant sa capacité à détecter et fidéliser les talents de demain. L'autre enjeu de taille est également de préserver l'environnement dans lequel évolue le Groupe en encourageant la diversité culturelle, en aidant la création artistique et en œuvrant pour le respect de la propriété intellectuelle.

Œuvrer pour le respect de la propriété intellectuelle

Le respect de la propriété intellectuelle est un des grands enjeux à venir pour la préservation de la diversité culturelle et de la création artistique. Le Groupe M6, dans le cadre de ses différentes activités, joue un rôle important de sensibilisation, notamment auprès des jeunes, public privilégié de la chaîne.

M6 milite ainsi en faveur du téléchargement légal de musique en ligne notamment via son site m6music.fr et grâce à des campagnes de sensibilisation faisant appel à des artistes renommés tels que Lisa Stansfield, Kyo, Mylo, etc.
La filiale multimédia du Groupe, M6 Web, a également sensibilisé les jeunes internautes à ces problématiques lors de chats d'une heure organisés avec le Ministre de la culture, Renaud Donnedieu de Vabres.

Détecter et fidéliser les talents

M6, à travers ses sociétés de production internes, mène une politique volontariste de recherche de talents prometteurs. Ce rôle de tête-chercheuse nourrit sa politique éditoriale qui accorde une place toujours plus large à l'innovation et à la créativité. Ainsi Studio 89 a permis l'arrivée d'une nouvelle génération d'animateurs comme Max, Magloire, Zuméo ou Maëva Berthelot. Les chaînes thématiques du Groupe sont également pour M6 un vivier de jeunes talents. Les castings et les émissions de divertissement sont autant d'opportunités pour découvrir les talents de demain, ainsi Laura, Chimène Badi ou Amel Bent découvertes dans *Nouvelle Star* ou Sandra Lou dans *Le Bachelor* en sont les premiers exemples. Cette recherche de nouveaux talents s'étend à tous les métiers du groupe : plusieurs producteurs ou réalisateurs ont signé leur première fiction TV avec M6 comme Eddy Charbit (ALV) pour *On ne prête qu'aux riches*, ou Alexandre Astier (Calt) pour *Kaamelott*. De nombreux comédiens ont également débuté pour leur premier rôle à la télévision sur la chaîne.

Aider la création artistique et promouvoir la diversité culturelle

M6 s'engage à développer la création artistique et à en valoriser la diversité en privilégiant les jeunes talents dans le cadre de ses obligations de financement ou de diffusion.
Ainsi dans le domaine du cinéma : sur 13 nouveaux films produits ou coproduits en 2005, 9 sont des premiers ou des deuxièmes films comme *Ne le dis à personne* de Guillaume Canet, *On va s'aimer* de Ivan Calberac, ou *Fair Play*, le premier film de Lionel Bailliu.
Cette politique est particulièrement affirmée dans l'univers de la musique. M6 s'attache en effet à développer une programmation très variée pour soutenir tous les genres musicaux : la diversité musicale des programmes de la chaîne est deux fois supérieure à celle des grandes radios musicales. De même, la chaîne s'engage dans la promotion de jeunes artistes :

- en réservant des espaces de diffusion pour des clips : sur 150 clips consacrés à des artistes francophones coproduits par M6 et diffusés sur son antenne, 74 étaient réservés à des nouveaux talents. M6 a consacré en 2005 32 % du total de diffusion des clips aux nouveaux talents sans avoir d'obligation quantifiée à cet égard.
- en soutenant des artistes comme Pearl, Myrtille, Julie Reims ou Chris Still, pas ou peu exposés sur les autres médias.

ZOOM SUR...

Être à l'écoute

L'évolution des technologies, des modes de consommation et des services proposés par les différents métiers du Groupe renforce ses liens avec ses clients et ses téléspectateurs.
Chacune des structures du Groupe possède un service clients et répond à une exigence de qualité. Le site m6.fr est classé dans les 50 sites les plus accueillants en 2005 (3e site média*) grâce à une relation client en ligne efficace et conviviale.
La meilleure illustration de cette volonté d'écoute et de cette qualité de service est le standard téléspectateurs.
Cette structure spécifique gère les contacts par téléphone, courrier et mail avec les téléspectateurs. Elle répond à des impératifs : le temps de réponse est optimisé à 48 heures à partir de l'enregistrement de la demande.
En 2005, 104 314 demandes ont été traitées dont 76 % pour l'antenne M6, 20 % pour des informations générales et 4 % pour des problèmes d'équipement. Cette procédure est interactive : chaque jour une synthèse des différentes demandes reçues est réalisée puis transmise auprès des équipes de programmation.

**(Source Cocedal Conseil, baromètre Qualiweb 2005)*

Responsabilité sociétale

L'impact d'un groupe multimédia sur la société civile est élevé, le groupe M6 assume cette responsabilité sociétale en garantissant à son public les meilleurs contenus. Impliqué dans cet engagement citoyen, le groupe favorise les initiatives sur les différents sujets que recouvre le développement durable.

Le Groupe M6 et Laurent Boyer se sont associés à la Sécurité Routière pour la réalisation et la diffusion d'un spot de prévention

Qualité de l'information et sensibilisation du public

M6 assume pleinement sa responsabilité sociétale en faisant preuve d'exigence en termes de qualité de l'information : clarté dans les sujets, respect du pluralisme et de l'indépendance.
Le Groupe M6 est un relais efficace pour les messages consacrés aux enjeux de développement durable (environnement, santé, solidarité, droits des enfants…) :

• **En mobilisant son antenne et sa rédaction :** M6 met tout en œuvre pour assurer la meilleure information sur les projets humanitaires et donner la meilleure information sur ces sujets sensibles comme lors des récentes catastrophes en Asie du Sud, les attentats de Londres en juillet dernier ou durant le Sidaction. M6 témoigne à cette occasion son soutien en faveur des plus défavorisés en reversant à certaines organisations les recettes des votes de *Nouvelle Star* ou *Tubissimo* par exemple.

• **En s'associant à des opérations vastes de sensibilisation :** le Groupe M6 a été partenaire de nombreuses actions de prévention notamment sur les dangers d'Internet (*Sur la Toile, méfie-toi des pièges* avec le Ministère de l'Éducation nationale). Les clips des organisations caritatives sont très largement diffusés dans toutes les tranches musicales. Sur le terrain, M6 renouvelle chaque année ses partenariats avec, entre autres, en 2005, les concerts de Solidays et des Neck'airs (fête de la musique pour les enfants malades à l'hôpital), ou du *Live 8* (concert mondial de solidarité pour la dette des pays africains).

• **En diffusant à titre gracieux des spots publicitaires d'ONG, d'associations caritatives… :** en 2005, 391 spots (pour une valeur de 3,4 millions d'euros) ont été offerts pour la Croix Rouge, Action contre la faim, Solidarité Sida… Le Groupe Métropole Télévision et Laurent Boyer ont également conçu, en liaison avec la Sécurité routière, un spot de prévention sur le port de la ceinture à l'arrière diffusé à l'occasion des grands départs en vacances d'été.

Des programmes accessibles à tous

Afin d'augmenter l'accessibilité des programmes aux sourds et malentendants, les chaînes de télévision sont tenues de sous-titrer 800 heures de programmes par an. M6 qui participe depuis 1998 à cet accompagnement des déficients auditifs, en a sous-titré 1 116 heures en 2005, dépassant le quota indiqué par le CSA.

Des programmes encadrés

M6 veille à protéger le jeune public : la chaîne fut la première à proposer, en 1989, une signalétique destinée à préciser à quels publics s'adressent les films et les téléfilms. Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel reprendra l'idée pour l'imposer à toutes les chaînes en 1996. Aujourd'hui, des mères de famille visionnent tous les films et téléfilms ainsi que les séries sensibles. Les conclusions de ce comité font l'objet d'une recommandation de signalétique (tous publics, moins de 10 ans, moins de 12

ZOOM SUR...

Responsabilité environnementale

Si le Groupe Métropole Télévision exerce des activités qui, structurellement, ne présentent pas d'impacts environnementaux significatifs, il pratique néanmoins une politique active de recyclage des déchets liés à son activité (piles, néons…), ainsi qu'une politique de maîtrise d'énergie (consommation en eau, électricité…).
Par ailleurs, la responsabilité d'un groupe producteur et diffuseur de contenus repose également sur la volonté de sensibiliser le grand public aux enjeux du développement durable.
Ainsi, M6 a joué en 2005 ce rôle éducatif via des émissions comme la soirée événement du 29 novembre sur le tsunami, la diffusion de docu-fictions comme *Super Volcan*, ou *E=M6, Climat, l'État d'urgence* (réunissant 3,2 millions de téléspectateurs).
D'autres magazines ont témoigné de ce souci comme *Capital* consacré aux énergies renouvelables (5,3 millions de téléspectateurs et meilleure audience du magazine depuis 2 ans).

ans, moins de 16 ans) auprès de la Direction des programmes, ainsi que d'un horaire de programmation adapté pour ne pas heurter ce public sensible.
Pour le cinéma, la cote « CNC » sert de critère mais M6, responsable de la diffusion, peut surclasser certains longs métrages.
La chaîne a également diffusé en 2005 la campagne du CSA sur la protection des mineurs en y apposant son logo. Les clips musicaux aux messages trop violents sont, quant à eux, soumis aux mêmes précautions d'usage.

Promotion de la diversité culturelle et de la représentativité de la société française

Les médias et particulièrement la télévision en tant que média de masse puissant jouent un rôle primordial quand il s'agit de refléter la réalité multiculturelle qui caractérise la société française : le choix de M6 est de montrer qu'un Français sur dix est issu de l'immigration non européenne à travers sa programmation musicale, de ses divertissements, ses fictions ou encore du choix de ses animateurs, comédiens candidats ainsi que des chroniqueurs. Cette année encore, le groupe M6 a tenté de mettre en œuvre des initiatives et des actions concrètes pour permettre la représentation sur son antenne de la pluralité culturelle et de la diversité des composantes de la population française. Le groupe a ainsi été partenaire et diffuseur du concert "Tous égaux, tous en scène", sensibilisant à la lutte contre les discriminations.

Responsabilité sociale

La responsabilité sociale du Groupe M6 s'exprime dans son respect des règles inhérentes à la vie en entreprise et dans sa capacité à susciter l'adhésion de ses collaborateurs. Le Groupe s'y emploie chaque jour à travers sa politique de ressources humaines qui valorise la diversité et la richesse des métiers qui le composent.

Les collaborateurs du Groupe plus nombreux

Le principal atout du Groupe M6 réside dans le dynamisme et le savoir-faire des hommes et des femmes, âgés de 34 ans en moyenne, qui y travaillent au quotidien. Le développement des différents secteurs d'activité a permis en 2005 d'accroître le nombre de collaborateurs avec 1 298 permanents répartis dans les différentes sociétés du Groupe*.
Le Groupe, partie prenante du Syndicat des Télévisions Privées (STP), mène une politique en faveur des intermittents visant à stabiliser ces emplois et permettant de diminuer la précarité.
Le Groupe est très attentif à la parité en employant plus de femmes (52 % des collaborateurs) que d'hommes. Cette parité s'étend aux poste de cadres : 46 % de femmes dans l'effectif cadre du Groupe, 54 % si l'on considère l'effectif hors Football Club des Girondins de Bordeaux.

Encadrement des collaborateurs : transmission et développement du savoir-faire

Le suivi de la carrière des collaborateurs est essentiel. Dès leur arrivée dans le Groupe, ceux-ci sont pris en charge. Pour assurer le transfert des savoir-faire et l'intégration de la culture d'entreprise, tout nouvel arrivant est invité à un séminaire d'intégration qui expose les différents métiers du Groupe, ainsi que sa stratégie.
Par la suite, la mobilité interne est soutenue avec des outils d'évaluation et de formation comme les entretiens annuels ou la diffusion sur intranet des postes à pourvoir (le Groupe assure la priorité aux candidatures internes).
La formation des salariés est un autre enjeu d'importance. La formation interne a représenté 30 % de l'ensemble des actions de formation en 2005.
Elle a principalement été consacrée à des apprentissages dans le développement de son métier, le management ou la maîtrise de nouvelles techniques, les langues ou le développement personnel. Par ailleurs, M6 s'est impliquée via son appartenance au STP dans la négociation de deux protocoles d'accord de branche dans le domaine de la formation.
L'exemple de la numérisation nationale est la meilleure illustration de cette politique : afin d'accompagner les salariés dans cette nouvelle organisation plus de 70 collaborateurs, permanents et occasionnels, ont été formés aux nouveaux outils et ont acquis de nouvelles compétences.

** Hors Mistergooddeal*

Respect de l'éthique et de la déontologie

Un code de déontologie est remis à tout nouvel arrivant. Il fixe les règles que chaque salarié doit observer pour sa propre conduite, pour orienter ses choix dans les actions qu'il entreprend.

Avancées sociales

Le Groupe est attentif aux avancées sociales en faisant bénéficier à ses collaborateurs d'accords de participation : le plan d'épargne Groupe, renouvelé en décembre 2005, et un accord d'intéressement qui associe les salariés à l'amélioration des performances du Groupe. Il permet de partager, entre le Groupe et l'ensemble de ses collaborateurs, les gains qui peuvent être réalisés du fait de leur efficacité et de leur implication. En matière de dialogue social, le Groupe veille à associer à la mise en œuvre de ses grandes actions les représentants du personnel et les délégués syndicaux. Le dialogue social est une priorité, plus de 100 réunions se sont tenues au cours de l'année 2005. Plusieurs accords ont également été conclus notamment dans le domaine de la santé.

ZOOM SUR...

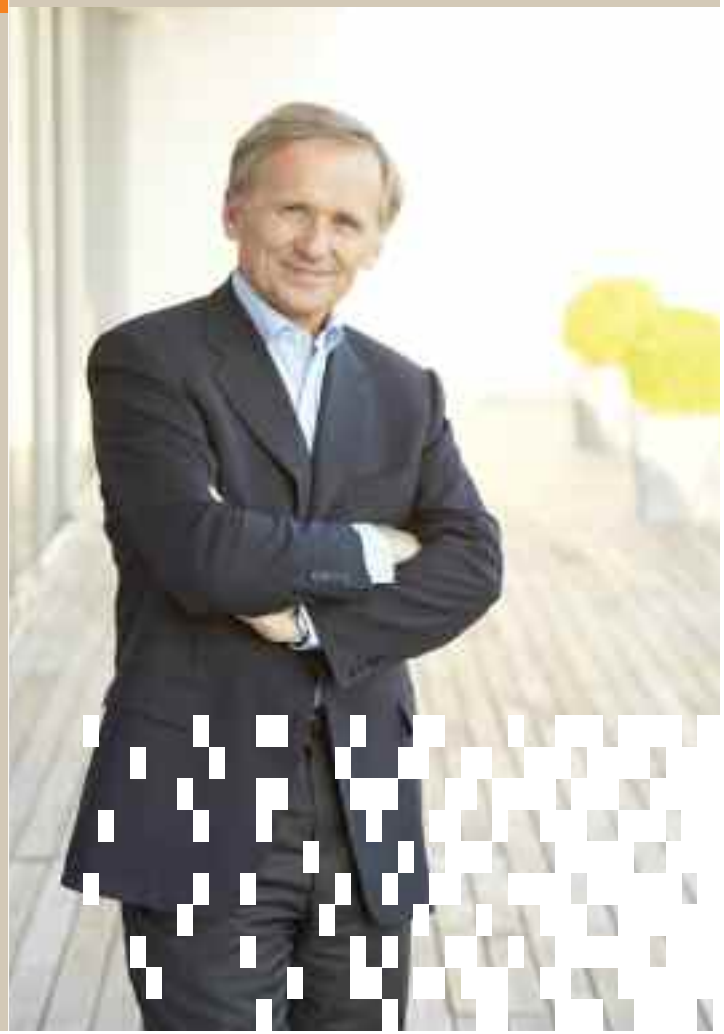
Une communication interne dynamique

Le Groupe a fortement développé sa communication interne et a constitué une véritable palette d'outils qui véhicule ses valeurs et assure la mutualisation de l'information.
Chaque mois un journal télévisé interne et une lettre d'information sont disponibles auprès de l'ensemble des salariés via intranet et le réseau de télévision interne.
Ils recensent les actualités des différents métiers du Groupe.
Par ailleurs, chaque grand corps de métier dispose d'une véritable vitrine sur intranet. Dans cet espace sont mises à disposition les informations essentielles, des ressources documentaires aux outils qui facilitent la vie quotidienne dans l'entreprise comme par exemple les bulletins de congés, les notes de frais…
Un espace est également consacré aux différentes actualités du Groupe, mis à jour quotidiennement, il permet l'implication de l'ensemble des collaborateurs. Pour faciliter la connaissance des différents métiers du Groupe, chaque mois un portrait de collaborateur détaille son parcours, son métiers, les dossiers de son service…
La communication interne est complétée par un dispositif d'affichage dans les locaux, ou la conception de programmes spécifiques diffusés sur les télévisions dans les ascenseurs.

Antenne M6

31,7 %
de marge opérationnelle

MESSAGE DU DIRECTEUR DES PROGRAMMES



2005 a été une excellente année pour M6, confortant sa place de challenger dans le panorama télévisuel. M6 conserve, pour la 7e année consécutive, son titre de 2e chaîne la plus regardée par les moins de 50 ans avec 19 % de part d'audience sur ce public. Autre chiffre marquant : 4 millions de téléspectateurs ont regardé M6 un soir sur trois en 2005 contre un soir sur cinq en 2004 tout en conservant une hausse du coût de la grille limitée à 3,9 %.

Notre ambition, fédérer un public de plus en plus large autour de programmes toujours plus innovants tout en préservant notre cœur de cible historique, les jeunes. Qui aurait pu imaginer que le *Six Minutes*, tout en images, laisserait place au *12:50*, un tout nouveau journal d'information incarné, qui rassemble chaque jour 1 500 000 téléspectateurs ? Qui aurait cru que la chaîne « 0% foot » de 1998 serait en 2006 le premier diffuseur en clair de la Coupe du Monde de football ?
Innover, c'est aussi prendre des risques et donner leur chance aux nouveaux talents. Après quatre années de succès, remplacer *Caméra Café* avec ses célèbres acteurs par *Kaamelott* une série médiévale jouée par des inconnus était un vrai pari ! Pari largement récompensé depuis.

De même, nous avons fait évoluer de manière forte la ligne éditoriale de nos fictions françaises en développant les comédies *Merci, les enfants vont bien*, *Elodie Bradford*, *Trois pères à la maison*, autant de comédies françaises réussies et fédératrices qui donnent à M6 un nouveau statut de référence dans cet univers. En 2006, M6 lancera sa première saga de l'été *Laura* avec une jeune comédienne encore inconnue : Delphine Chanéac.

Toujours à l'affût de nouveautés et de nouveaux visages, cette année encore M6 a su faire émerger de réels talents : Amel Bent dans la chanson, récemment récompensée par une « Victoire de la musique », Cyril Lignac dans la restauration, Anne-Sophie Lapix pour l'information qui a repris avec succès le flambeau du magazine de référence *Zone Interdite* et lancé le journal de la mi-journée ou encore Estelle Denis, qui anime chaque semaine *100 % Foot*, un magazine qui s'adresse en priorité aux hommes.
M6 a su renouveler le genre du docu-réalite : *On a échangé nos mamans*, *Nouveau look pour une nouvelle vie*, *Super Nanny, C'est du propre*…Autant de rendez-vous qui répondent directement au quotidien de chacun d'entre nous, posent les vraies questions, donnent des solutions et montrent une société en mouvement.

Que ce soit au travers de documentaires tel que *l'Hôpital des enfants* qui dévoile au fil des semaines le quotidien de l'hôpital Robert Debré à Paris spécialisé dans le soin des enfants, ou tel que *Pékin Express* qui raconte sous forme de jeu une aventure humaine hors du commun, M6 poursuit son développement en gardant à l'esprit son combat de chaque jour : « innover et rassembler ».

Nous voulons plus que jamais en 2006 proposer une télévision de notre temps, dont les premiers atouts sont la qualité, la créativité et l'indépendance.

Thomas Valentin

Les productions internes

Autonomes et créatives, les sociétés de productions de M6 ont inscrit de nombreux succès au palmarès de l'année.

24,1 % des ménagères de moins de 50 ans ont suivi les dilemmes de Karl, le Bachelor

CHIFFRES CLÉS

34
C'est le nombre d'émissions en prime time réalisées par W9 Productions en 2005

Studio 89
a développé une dizaine de concepts totalement originaux

Une indépendance préservée

Avec ses sociétés de productions internes, M6 maîtrise l'ensemble du processus de création d'une émission (de la création du concept à sa diffusion à l'antenne). Un point fort qui s'étend à tous les genres de programmes : les magazines d'information avec C.Productions et Métropole Télévision, les divertissements avec W9 Productions et Studio 89 Productions spécialisée dans les émissions de flux. En 2005, le nombre d'heures produites par chacune de ces sociétés leur confère une position incontournable sur le marché audiovisuel français

De nouveaux animateurs et un nouveau concept pour les petits matins de M6 : Le Morning Café, de 7h à 9h

C.Productions

L'information dans tous ses états

C.Productions a produit 168 formats, dont 154 inédits autour de l'information, domaine d'expertise de la société qui produit ainsi 1 prime time sur 7 en 2005. Les programmes récurrents du dimanche soir, *Capital* et *Zone Interdite*, sans oublier *Secrets d'actualité*, ont enregistré d'excellentes performances. De nouveaux magazines ont vu le jour tels que *100 % Foot*, *Enquête exclusive* et de nombreux programmes spéciaux (le tsunami, les banlieues, l'Europe en question…) ont marqué la réactivité de la chaîne à l'actualité. C.Productions, c'est aussi de grands documents : *Hitler la folie d'un homme*, *Le Jour ou la France s'est arrêtée*, la trilogie *Ma vie aux urgences d'Ajaccio*, qui ont apporté un regard novateur sur l'information.

W9 Productions

Le divertissement en prime time et à l'international

Quatre programmes de téléréalité dont la troisième saison de *Bachelor, le gentleman célibataire* et cinq programmes de divertissement : *duels de stars* diffusé en direct, les *grands classements* disco, Coluche et De Funès ainsi que les 15 ans de *Fréquenstar* ont ponctué une année florissante. En dehors des programmes maison, W9 développe et produit désormais pour des diffuseurs étrangers : la 8e saison de *The bachelor* pour la chaine ABC aux États-Unis en partenariat avec Warner Bros et « le match des étoiles » diffusé sur Radio Canada. Enfin, W9 signe l'un des plus beaux succès de la rentrée 2006 avec le jeu d'aventure *Pékin Express*, animé par Stéphane Rotenberg.

Studio 89 Productions

Développeur de talents

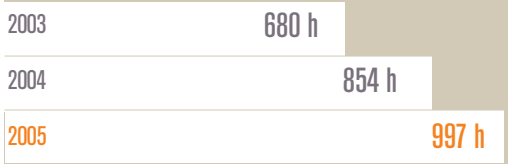
Studio 89 est à l'origine d'une dizaine de nouveaux concepts originaux en 2005 tels que *e-classement* (sur Fun TV puis W9), *Jour J* (M6) et *En quête d'action* (W9). Plusieurs animateurs sont issus du vivier de talents dénichés par Studio 89 : Zuméo, Magloire, Jenny del Pino, Jérôme Anthony. La nouvelle formule du *Morning Café* rassemble chaque matin plus de 300 000 fidèles et *Classé confidentiel*, animé à 20h10 le samedi par Virginie Efira, obtient un score historique sur cette case : 2,1 millions de téléspectateurs conquis par les secrets de l'univers du cinéma et de la musique.

ZOOM SUR...

STUDIO 89 : une croissance fulgurante

Studio 89 Productions s'illustre par la diversité et la créativité de ses concepts. 26 émissions ont été produites cette année sur M6 et les chaînes thématiques du Groupe, soit 8 de plus que l'an dernier. Avec 997 heures de programmes, Studio 89 a doublé son activité en deux ans seulement en saisissant de nombreuses opportunités de croissance : une créativité importante au service du Groupe M6, l'accompagnement de nouvelles chaînes sur la TNT (W9), l'intégration dans son giron d'émissions déjà existantes telles que *Ciné six* et *Grand Écran* et une expertise dans l'adaptation de formats étrangers (*The Swan 1* et *2*, *L'Armée des célébrités*, diffusés sur TF6). Présente en prime time comme en day time, maîtrisant des formats extrêmement variés (émissions quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles, unitaires), Studio 89 domine désormais largement le classement des filiales de production des groupes audiovisuels.

Heures de programme produites par Studio 89



Anne-Sophie Lapix, nouveau visage de l'information, anime le *12:50* et *Zone Interdite*

CHIFFRES CLÉS

150
journalistes sont mobilisés à Paris et dans les onze décrochages locaux.

4,1 millions
de téléspectateurs en moyenne ont suivi Capital en 2005.

L'information

Réactivité, décryptage, simplicité de ton, nouveaux formats magazines et quotidiens : M6 affirme en 2005 sa volonté d'être présente sur tous les terrains de l'information.

Les magazines du dimanche soir

Les trois magazines du dimanche, *Capital* et *Zone Interdite* en alternance en première partie de soirée et *Secrets d'actualité*, trois semaines sur quatre, continuent de s'imposer comme des émissions leaders de la chaîne. Avec une progression de 300 000 téléspectateurs par rapport à 2004, *Capital* présenté par Guy Lagache devient le magazine d'information le plus regardé en prime-time.
Depuis septembre, deux nouvelles émissions sont venues s'ajouter à ces trois succès le dimanche : *Enquête Exclusive*, en deuxième partie de soirée un dimanche sur quatre, et l'hebdomadaire *100 % Foot*, animé par Estelle Denis en troisième partie de soirée. *Enquête Exclusive*, magazine de grand reportage animé par Bernard de la Villardière, se place clairement sur le terrain de l'investigation, et révèle la face cachée des grands conflits mondiaux. Images saisissantes et révélations exclusives ont été couronnées de deux prix cette année : Le grand prix Jean-Louis Calderon au Festival International du Scoop et du Journalisme d'Angers et le prix Patrick Bourrat aux Lauriers du Sénat pour *Six semaines à Bagdad, la vie quotidienne dans l'enfer de la guerre* de Paul Comiti.

Dans le cadre du développement de ses programmes sportifs, M6 a créé *100 % Foot*, talk show au ton novateur, qui commente l'actualité du ballon rond avec chaque semaine en plateau un expert et un invité people fan de football. Ce magazine rassemble jusqu'à 800 000 téléspectateurs après minuit.
Les magazines d'information ont également répondu à l'urgence de l'actualité à travers des émissions spéciales dont une soirée sur le tsunami et des documents exceptionnels sur le 11 septembre, l'ouragan Katrina ou la crise des banlieues.

Les grands documents

M6 a continué d'explorer la piste de nouvelles écritures télévisuelles qui s'appuient sur des situations filmées en temps réel. Avec une seconde trilogie de *Ma vie aux urgences* à Ajaccio, M6 a diffusé *Ma vie au commissariat de Mulhouse* suivi par 3,6 millions de téléspectateurs et le docu-fiction *Le jour où la France s'est arrêtée.*

Au total, entre les magazines traditionnels et ces nouveaux projets, C.productions a produit pour le compte de la direction de l'information 190 heures de programmes en 2005. C'est aussi dans un tout autre univers où s'entremêlent les destins des mamans, des bébés, des enfants que Gilles de Maistre a tourné pendant un an *l'hôpital des enfants*, une série documentaire sans voix off au cœur de l'hôpital Robert Debré. Ce documentaire diffusé en mars 2006 a rencontré un vrai succès, notamment auprès des femmes.

Secrets d'actualité, avec Laurent Delahousse

ZOOM SUR...

Le *12:50*

S'appuyant sur le succès du *Six Minutes* à 19h50, 2e journal le plus regardé par les moins de 50 ans, l'information quotidienne a marqué l'année 2005. La rédaction nationale a connu une véritable révolution technologique : le passage au tout-numérique. M6 s'est doté de moyens parfaitement adaptés aux techniques et aux métiers de l'audiovisuel moderne. Les rendez-vous quotidiens d'info, ce sont des flashes chaque demi-heure entre 7h et 9h dans le cadre de l'émission *Morning Café*, des éditions nationales à 12h50 et 19h50 et des journaux locaux de 7 minutes à 20h40 dans onze grandes villes. Grande évolution en 2005, l'édition de la mi-journée a d'abord changé d'horaire, passant de 11h50 à 12h50, doublant ainsi le nombre de téléspectateurs puis elle a été, pour la première fois, diffusée tout l'été. Enfin début janvier 2006, le *Six' midi* est devenu le *12:50* et est passé du format « tout en images » à celui d'un journal incarné, présenté par Anne-Sophie Lapix, qui a, dès son lancement, augmenté sensiblement le nombre de ses fidèles.

ZOOM SUR...

L'information–loisir du week-end

Véritables piliers de l'information–loisir du week-end depuis les débuts de M6, *Turbo* et *Grand Écran*, mais aussi *E=M6,* continuent d'attirer un nombre croissant de téléspectateurs. Le magazine automobile *Turbo* a fêté en 2005 sa 9 000e émission en mobilisant en moyenne près de 4 millions de téléspectateurs fidèles aux deux rendez-vous les samedi et dimanche. Dominique Chapatte a mis cette année l'accent sur les conseils pratiques (économie de carburant, bons plans) et des émissions spéciales consacrées aux grands salons automobile et aux rallyes du monde entier. *Grand Écran*, animé par Véronique Mounier et *Ciné six* livrent les secrets du 7e art et aiguillent les cinéphiles vers les meilleurs films du moment, bandes annonces, making-of et interviews à l'appui. Enfin, Mac Lesggy ne cesse d'étonner et de faire partager ses découvertes scientifiques à plus de 3 millions de téléspectateurs dans un *E=M6* pédagogique et interactif grâce aux quiz proposés chaque semaine le dimanche à 20h05.

Les magazines de la vie

Au plus proche du quotidien des téléspectateurs, les magazines de la vie dépassent le constat des difficultés rencontrées par les familles pour ouvrir le dialogue entre générations et proposer des solutions. Le mardi, *Super Nanny* apporte des conseils utiles aux parents et aux enfants. *Il faut que ça change* suit les difficultés relationnelles, les tocs ou les introversions de nombreux individus qui ont semaines après semaines retrouvé l'espoir d'une vie normale. Que ce soit *C'est du propre*, *Nouveau look pour une nouvelle vie*, *Recherche maison ou appartement*… M6 élargit ses domaines d'investigation en 2005 en misant sur une télévision plus implicante et participative.

Les documents-réalité

En début d'année, le document-réalité *Oui Chef !* a suivi le parcours d'un très jeune chef, Cyril Lignac, qui a donné leur chance à 10 jeunes sans formation, qu'il a formés pendant plusieurs mois et avec qui il a ouvert son premier restaurant. En prime time, ce programme a réuni en moyenne 4,3 millions de téléspectateurs. Avec *Chef, la recette !* Cyril Lignac, chaque semaine en 2006, livre ses astuces, ses « petits trucs » avec humour et simplicité, en expliquant ses recettes. Début 2006, le jeu *Pékin Express* a suivi chaque dimanche l'aventure de dix équipes de candidats dont le but est de rejoindre Pékin avec seulement 1 euro en poche par jour. Un défi placé sous le signe de la débrouillardise et des surprises.

CHIFFRES CLÉS

3,5 millions
de téléspectateurs ont suivi *Pékin Express* animé par Stéphane Rotenberg

Les équipes de Pékin Express au départ de leur aventure

Les divertissements

Une programmation événementielle à 20h50, de nouveaux formats, mais également le retour de *Nouvelle Star*, tremplin incontournable pour les talents de la chanson, constituent les temps forts des divertissements de l'année 2005

La Nouvelle Star diffusée en direct a rassemblé jusqu'à 6,5 millions de téléspectateurs

Hits et humour en prime time

Laurent Boyer, Virginie Efira et Benjamin Castaldi se partagent la présentation des divertissements de la chaîne avec une préoccupation commune : découvrir en s'amusant les stars de la chanson française et internationale.

Spécialiste du divertissement musical et des années nostalgie, Laurent Boyer a animé *les grands classements*, *les surprises de stars*, sans oublier les *Frequenstar* consacrés à Élie Semoun, Gérard Jugnot ou encore Éric & Ramzy.

Virginie Efira, de son côté, s'est consacrée, entre autres, à la nouvelle version de *Classé Confidentiel* qui dévoile les secrets de succès connus de tous (musique, télévision, personnalités people). Ce rendez-vous chaque samedi à 20h05 réunit plus de 2 millions de téléspectateurs, soit près de 30 % des 15-34 ans.

Quant à Benjamin Castaldi, il a animé et produit cette année la deuxième édition de la *Coupe du Monde du Rire* et *Ça les fait rire*. Benjamin Castaldi anime aussi *Nouvelle Star* qui s'est imposée comme l'émission musicale de référence qui découvre les talents de demain. La 3e édition de *Nouvelle Star* a battu son propre record en 2005 avec 4,2 millions de téléspectateurs en moyenne. Avec plus de 25 000 candidats auditionnés, la *Nouvelle Star* est le plus grand concours de chant jamais organisé en France. En 2005, cet événement phare de M6 a révélé Myriam Abel dont le single « Donne » a été classé n° 2 des ventes sans oublier Amel Bent, l'une des finalistes de la saison précédente, devenue artiste à part entière… aux Victoires de la Musique 2005.

Une programmation musicale éclectique

À travers les rendez-vous de day-time, M6 renforce ce soutien aux nouveaux talents musicaux. 32 % des clips diffusés à l'antenne sont des « découvertes ». *Le Hit Machine*, *Fan De*, mais aussi le *Morning Café*, *Star Six* et *Tubissimo* sont quelques-unes des fenêtres musicales offertes chaque semaine aux téléspectateurs qui y retrouvent bien sûr des tubes, mais aussi les petits nouveaux de la chanson française.

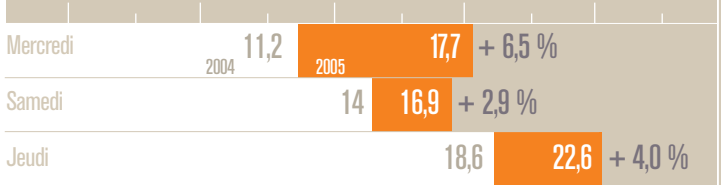
En 2005, M6 a lancé notamment 3 projets novateurs dans ce domaine : l'opération *Talents 2005* qui a vu la consécration de l'artiste Gage ainsi que le lancement de deux formats courts *D comme Découverte* le mercredi soir et *F comme Focus* le samedi soir.

ZOOM SUR...

Jeunesse : *M6 Kid*

Avec des scores inégalés en 2005, *M6 Kid* confirme que son cocktail d'humour, de conseils pratiques et de dessins animés séduit un public large. Tous les dimanches matins, à 9h20, les deux animateurs apprennent aux enfants, en plateau dans un décor original, comment danser et chanter, s'informer, ou encore cuisiner des plats simples et délicieux. Le reporter M6 Kid répond à toutes les questions de la vie quotidienne : comment arriver à l'heure à l'école ? apprendre une règle de grammaire ? convaincre ses parents ? En 2005, *M6 Kid* conserve ses 3 rendez-vous hebdomadaires soit cinq heures trente de programmes et dessins animés inédits diffusés le mercredi, le samedi et le dimanche. Les téléspectateurs ont pu découvrir la 2e saison des succès de l'année précédente dans des formats de 13 et 26 minutes : *Martin Mystère*, (Marathon animation), *Kid Paddle* (Dupuis audiovisuel) et *Atomic Betty* (Atomic cartoon) à la production desquels M6 a activement participé, mais aussi le retour de *Barbapapa*, *Yu-Gi Oh* et *Les Nouvelles Aventures de l'homme invisible*, etc. Maeva Berthelot, nouvelle animatrice de la rentrée 2006, forme avec Lucky un duo télévisuel incontournable pour les enfants… et les parents.

M6 Kid progresse nettement sur ces 3 cases de diffusion auprès des 4-10 ans



(Source : Mediametrie)

Merci les enfants vont bien ou les tribulations d'une famille nombreuse

La fiction

La Fiction française est l'un des enjeux majeurs de l'année. Entre humour, histoires familiales et fictions policières, M6 a largement gagné son pari. Qu'ils soient policiers, parents débordés ou roi de *Kaamelott*, les téléspectateurs se sont attachés aux héros de M6.

LES FICTIONS EN CHIFFRES

6,2 millions
de téléspectateurs en moyenne ont regardé la première saison des *4400*, record d'audience historique pour une série sur M6.

5,4 millions
C'est le nombre de téléspectateurs qui ont suivi *Merci les enfants vont bien* et *On ne prête qu'aux riches*.

L'humour à la carte

La fiction humoristique apparaît comme la valeur sûre de l'année 2005 et se décline sous tous les formats. En prime time, *On ne prête qu'aux riches*, comédie avec Michelle Bernier et Axelle Laffont, et *Merci les enfants vont bien* ont rassemblé 5,4 millions de téléspectateurs.

Sans doute le programme le plus primé de l'année 2005, *Kaamelott* est aussi une série plébiscitée par les téléspectateurs. En initiant le grand public aux aventures du roi Arthur, Alexandre Astier, homme orchestre de cette fiction décalée, a conquis jusqu'à 5,6 millions de téléspectateurs en access prime time. Autre nouveau trublion de M6, Alain Chabat a produit une série d'animation intitulée *Avez-vous déjà vu* ? et qui présente en 50 secondes les situations les plus incongrues.

Des héros récurrents

M6 a continué le développement des séries apparues les années précédentes telles que *Jeff et Léo, flics et jumeaux*, *Trois Pères à la maison*… Le succès de ces séries s'est confirmé comme l'illustre *Élodie Bradford* incarnée par Armelle Deutsch qui a séduit 4,7 millions de téléspectateurs. M6 lancera prochainement 5 pilotes de comédies policières.

Les séries étrangères

M6 a démontré cette année encore son leadership en matière de séries du monde entier en dénichant les meilleures nouveautés dans des genres très variés.
2005 marque l'énorme succès de la case de séries du vendredi soir, devenue très rapidement un vrai rendez-vous notamment avec *NCIS* et *NIH : alertes médicales*, ainsi que l'arrivée fracassante de la série *Nip-Tuck* en 2e partie de soirée. Autre programme emblématique de l'année *Les 4400*, 3 soirées événements en février 2005 avec 6,2 millions de téléspectateurs en moyenne, record absolu pour une série sur M6.

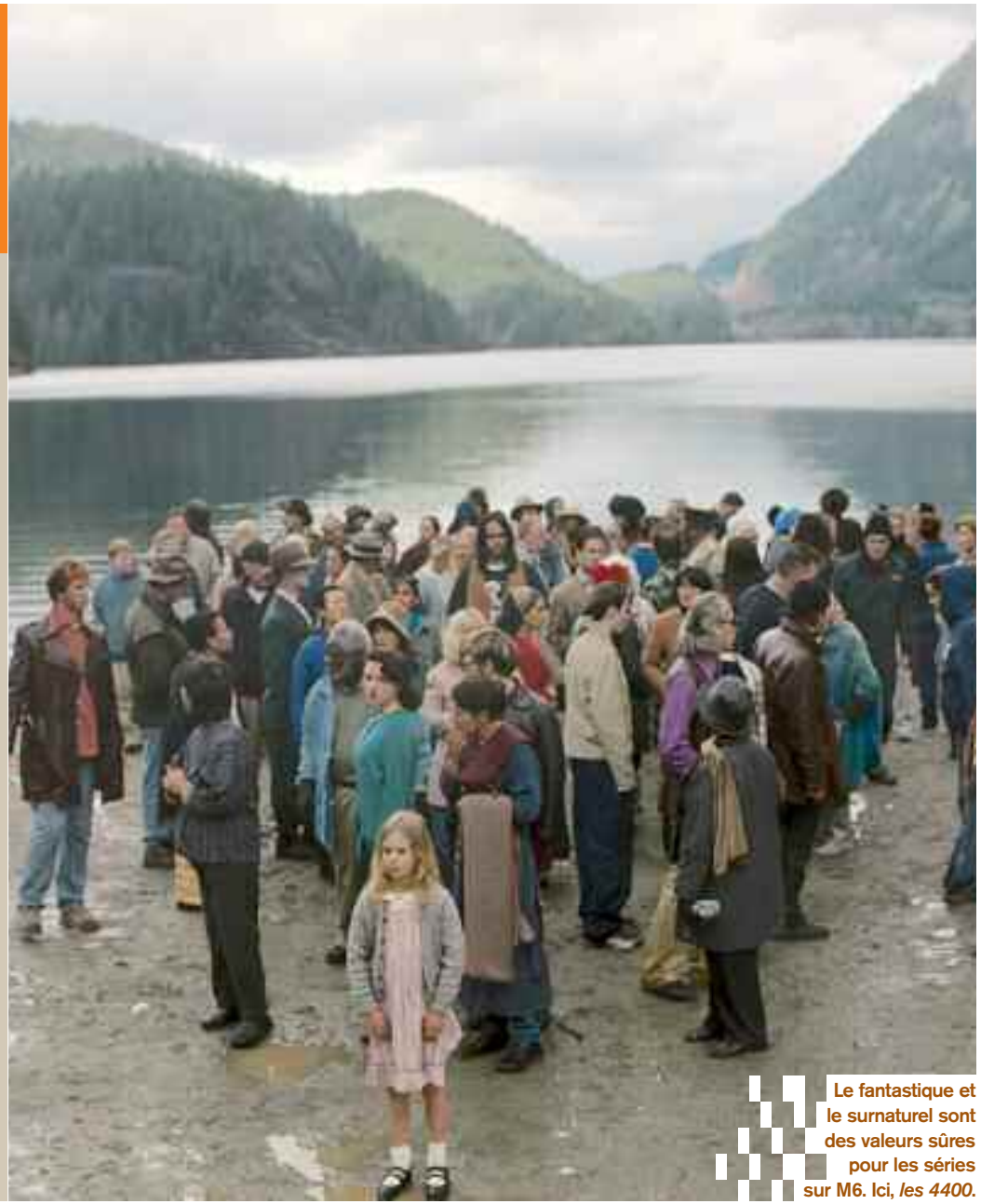
Pas moins de 10 nouvelles séries étrangères et saisons inédites ont été proposées à l'antenne en 2005. Parmi elles des séries américaines fantastiques : *Missing : disparus sans laisser de trace*, *Stargate Atlantis*, *Tru Calling*…, des séries anglaises inédites : *Hex*, *Femmes de footballeurs* ainsi qu'une série belge au discours fort sur le scandale du trafic des femmes en Europe de l'Est *Matrioshki : le trafic de la honte*. M6 a également offert de nouvelles saisons inédites des séries familières aux téléspectateurs de la chaîne : *Alias*, *Smallville*, *Charmed*, *Un dos Tres*, *Stargate*, *Sex and the city*, *Dead Zone*. Beaucoup d'événements sont déjà inscrits au programme de l'année 2006, en particulier 3 séries qui ont fait l'événement aux Etats-Unis : *Prison Break*, *Commander in chief* et *Desperate Housewives*.

ZOOM SUR...

Les nouvelles séries sur M6

Les Bleus, premiers pas dans la police, Grand Prix de la Série au 8e Festival de Luchon, a permis d'enregistrer l'un des premiers succès de l'année 2006 avec 5,1 millions de téléspectateurs. Tous les publics ont suivi le premier épisode de cette série policière réalisée par Alain Tasma. D'autres pilotes de comédies de 52 à 90 minutes sont en tournage ou en post-production : *Alice et Charlie* (avec Edouard Montoute et Anne Marivin), *Les Tricheurs* (Pascal Legitimus et Sara Martins), *Anna Meyer* (Marie Fugain et Stomy Bugsy), *Emman Sinclair* (Shirley Bousquet et Davy Sardou), *Martin Paris* (Jean-Marc Barr et Linda Hardy) ou encore *Mes chers parents* (avec Roland Giraud et Fanny Cottençon).

Mais l'événement le plus attendu pour 2006 est la première saga d'été de M6 *Laura,* à l'intrigue diabolique et au casting prestigieux : Christophe Malavoy, Sophie Duez, Christian Charmettant, Claire Nebout, Arthur Jugnot, Yannick Soulier, Aurelien Wiick et Philippe Lavil partageront l'affiche avec Delphine Chanéac, découverte dans *Brice de Nice*.



Le fantastique et le surnaturel sont des valeurs sûres pour les séries sur M6. Ici, *les 4400*.

Star Wars, l'événement cinéma

Au mois de mai, M6 crée l'événement autour de la sortie du film *Star Wars épisode 3* en proposant pour la première fois de revoir les films cultes de toute une génération dans l'ordre chronologique de la narration. Les lundis 9 et 13 mai, M6 a diffusé les épisodes 1 et 2 de *Star Wars* (pour la première fois en clair à la télévision), juste avant la sortie en salles de l'épisode 3 le 18 mai, puis a programmé les épisodes 4, 5 et 6 les lundis suivants. Cette opération d'envergure relayée par l'ensemble de la chaîne a permis à M6 d'enregistrer des scores d'audiences élevés (6,5 millions de téléspectateurs en moyenne) et de démontrer qu'elle savait accompagner des moments forts de la vie culturelle de son public.

L'offre cinéma 2005 de M6 a confirmé la montée en puissance de la chaîne avec de très bons scores dans des genres éclectiques : des films inédits de comédie tels que *L'amour extra-large* ou *La Beuze*, des thrillers tels que *Le collectionneur* ou *La prophétie des ombres*, des comédies dramatiques prestigieuses (*Vanilla Sky*) ou des comédies romantiques intimistes (*Irène*, *Filles uniques*).

M6 Films

M6 Films qui gère le préachat de droits de télédiffusion pour M6 coproduit également des films français et européens. Cette activité est inclue dans son activité de télévision gratuite. Dans un contexte de baisse de la fréquentation des salles (-10 %*) en 2005, les films coproduits par M6 ont tiré leur épingle du jeu avec 11,2 millions d'entrées. 4 films se sont classés dans le top 10 des films français de l'année : *Brice de Nice*, deuxième film du réalisateur James Huth avec Jean Dujardin, qui prend la tête du box-office français 2005 avec 4,4 millions d'entrées soit la 3e place toutes nationalités confondues, *Iznogoud*, comédie de Patrick Braoudé avec Michael Youn, qui a réuni 2,5 millions de spectateurs, *Espace Détente*, premier film de Bruno Solo et Yvan Le Bolloch' (1,7 millions d'entrées) et *Les Chevaliers du Ciel*, de Gérard Pirès, 1,3 millions d'entrées. M6 Films va poursuivre sa politique de soutien aux jeunes talents du film français en accompagnant la production des deuxièmes films de Guillaume Canet (*Ne le dis à personne*) et Ivan Calberac (*On va s'aimer*).

**Source Estimations Baromètre FNCF*

Yoda (ci-dessus) figure emblématique de *Star Wars*.

Brice de Nice (ci-contre) incarné par Jean Dujardin

Les succès cinéma de l'année diffusés sur M6 en millions de téléspectateurs

Star Wars épisode 1 / la menace fantôme :	6,8
Star Wars épisode 2 / l'attaque des clones :	6,8
La guerre des étoiles :	6,5
Le retour du Jedi :	6,3
L'empire contre-attaque :	6,2
Indiana Jones et le temple maudit :	6,1
L'amour extra large :	5,9
Indiana Jones et la dernière croisade :	5,8
Les aventuriers de l'arche perdue :	5,8
Le collectionneur :	5,6

(Source : Mediametrie)

Le sport

L'année 2005 a marqué un pas décisif pour M6 dans l'acquisition de droits et la diffusion de l'actualité sportive et du football en particulier.

CHIFFRE CLÉ

11

matchs ont été diffusés en 2005 dont 10 en prime time

Alexandre Delpérier assure les interviews en direct du stade.

M6 a acquis les droits de diffusion de la finale de la Coupe de l'UEFA pour 2005 et 2006. Elle a également diffusé en exclusivité et avec succès les matchs de l'Olympique de Marseille (OM) lors de la coupe Intertoto 2005 et la coupe de l'UEFA. 4 millions de téléspectateurs ont suivi le dernier match de poule de l'équipe. Un succès confirmé après la rencontre Sporting Lisbonne – CSKA Moscou : 3,5 millions de téléspectateurs et 21,9 % de part d'audience auprès des hommes de moins de 50 ans. Pour confirmer encore sa volonté de devenir un acteur majeur du sport, M6 a acquis les droits pour 31 matchs de la Coupe du Monde FIFA 2006 dont 4 huitièmes de finale et 2 quarts de finale.

100 % Foot : l'avis des experts

Afin de préparer cet événement, M6 s'est doté d'une équipe de chroniqueurs hors pair dans le domaine du football. Depuis septembre 2005, M6 propose *100 % Foot*, un magazine qui, chaque dimanche vers minuit, à quelques heures seulement du coup de sifflet final des rencontres sportives du week-end, revient de manière conviviale sur toute l'actualité du ballon rond. Au programme : une heure d'extraits, de résumés, reportages, dossiers, enquêtes et prises de position des invités, experts et people passionnés. Estelle Denis entourée de Dominique Grimault et Pierre Menès rassemble près de 600 000 téléspectateurs soit 18,9 % des hommes de moins de 50 ans. Autre magazine inauguré en juillet 2005, *100 % Girondins*, produit directement à Bordeaux a permis les soirs de matchs une exposition nationale des performances du club avec de bons niveaux d'audience. *100 % Girondins* est diffusé sur W9 depuis janvier 2006.

Sport 6, l'une des émissions historiques de la chaîne, est présente à l'antenne chaque dimanche. Résumé tout en images de l'actualité sportive, *Sport 6* met en avant toutes les disciplines et tous les sportifs, connus ou moins connus. *Sport 6* est un concentré d'informations nourries de résultats, d'images marquantes et, bien sûr, du célèbre *carton rouge* qui dénonce les travers du sport : dopage, violence sur le terrain…

ZOOM SUR...

M6, premier diffuseur en clair de la Coupe du Monde FIFA 2006

Avec 31 matchs diffusés lors de la Coupe du Monde de football 2006 en Allemagne, M6 s'offre l'un des plus beaux événements sportifs retransmis en télévision et des duels captivants : Brésil/Croatie, Angleterre/Paraguay, Argentine/Serbie, Portugal/Mexique, République Tchèque/Italie. Estelle Denis prendra les commandes de *100 % Coupe du Monde*, un magazine quotidien.

M6 disposera de 9 équipes de reportage et des envoyés spéciaux partout en Allemagne pour proposer des interviews et des sujets à la fois aux journaux d'information (*6 minutes* et *12:50*) et aux éditions du matin. Les matchs réalisés en HD seront commentés par Thierry Roland, Christophe Dugarry, Frank Leboeuf et Christophe Josse.

Les chaînes numériques

4,8 millions

de téléspectateurs en moyenne regardent chaque jour les chaînes numériques du Groupe

LA TÉLÉVISION DE COMPLÉMENT

Un marché en pleine mutation

La migration des foyers abonnés analogiques s'accélère au profit d'une Télévision de complément 100 % Numérique

Analogique dans ces premières années, la pénétration de la télévision de complément numérique progresse à un rythme soutenu avec l'arrivée notamment des nouveaux modes de distribution numériques hertzien et ADSL.
Les principaux distributeurs de télévision de complément, tous modes de distribution confondus, ne commercialisent plus d'offres analogiques, à l'exception de Canal+, et entreprennent la migration de leurs abonnés de l'analogique vers le numérique.

Deux nouveaux relais de croissance dynamisent la Télévision de complément avec :

– Le lancement réussi d'une offre multichaine gratuite pour tous, dite « TNT Gratuite »

Historiquement payante, la télévision de complément se démocratise aujourd'hui avec le lancement réussi en mars 2005 d'une offre élargie de télévision gratuite diffusée en numérique par voie hertzienne (TNT).
Un téléspectateur souhaitant recevoir cette offre de télévision gratuite doit simplement s'équiper d'un adaptateur numérique terrestre sous réserve d'être couvert.

– Le succès rencontré par les offres multiservices Internet Haut Débit, Téléphonie, Télévision multichaîne, dites « Multiplay »

Historiquement commercialisées seules, les offres de télévision de complément sont désormais commercialisées avec d'autres services de communication comme l'Internet Haut débit ou la téléphonie illimitée au sein d'offres unifiées.
À ce jour, seules les technologies du câble et de l'ADSL permettent d'offrir ces offres.
Un client s'abonnant à un service d'accès Internet haut débit bénéficie « gratuitement » d'une offre de télévision élargie sous réserve d'être éligible techniquement (95 % du territoire est couvert en 2005 et 65 % de la zone de couverture est éligible techniquement).

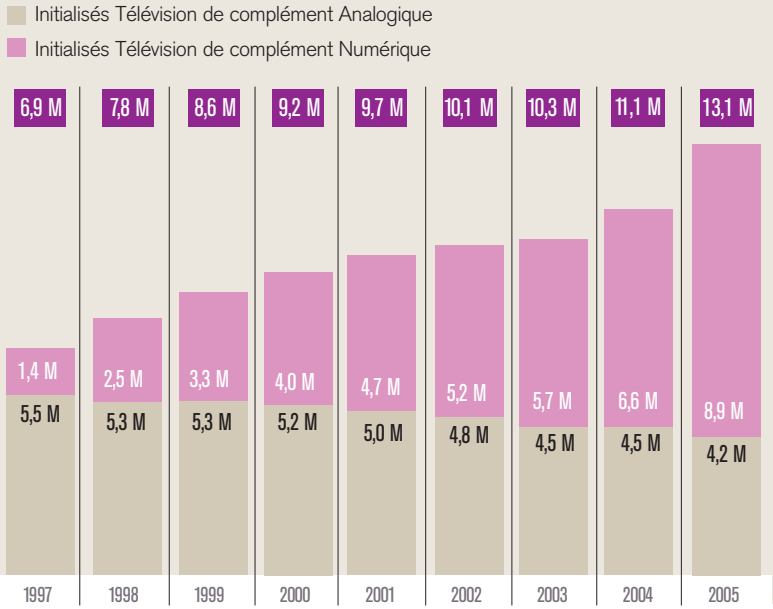
Le développement de la consommation « à la demande » de programmes de télévision enrichit la Télévision de complément

Historiquement « diffusés » les programmes de télévision peuvent aujourd'hui être consommés à la demande.
Lancés sur Internet pour une consommation via l'écran d'ordinateur, les services de consommation de programmes à la demande sont désormais proposés également sur les plateformes de télévision par ADSL.
Un client peut choisir un programme (émission, film…) parmi un catalogue de produits proposés à la demande et le consommer comme il consommerait un DVD : quand il lui plaît, en continu ou en plusieurs fois…

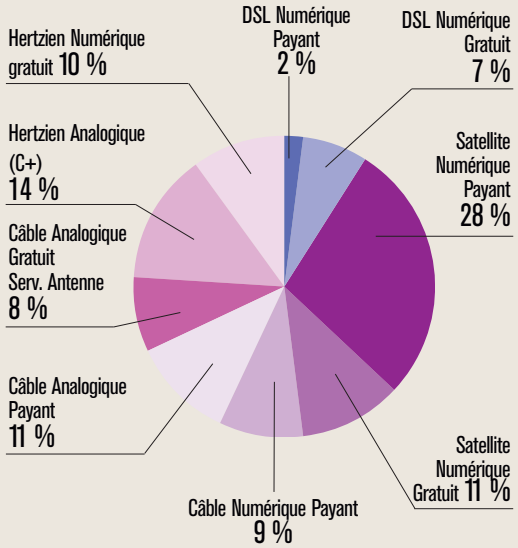
L'émergence de la réception de la télévision en mobilité donne une nouvelle dimension à la Télévision de complément

Historiquement fixe, la consommation de télévision devient également mobile. Les offres de télévision de complément, les programmes, sont commercialisés sous forme d'abonnement ou à la demande par les opérateurs de téléphonie mobile.
Un client disposant d'un mobile multimedia compatible avec les réseaux 3G ou Edge peut s'abonner à un bouquet de chaînes ou consommer des programmes à la demande.
Ces évolutions fortes du marché sont la conséquence de la numérisation des contenus, de la généralisation du media Internet et du formidable développement concomitant des réseaux de transports de données.
Cette nouvelle donne invite de nouveaux acteurs à forte capacité d'investissement, comme les opérateurs télécoms et les fournisseurs d'accès Internet, sur un marché de la télévision de complément déjà très concurrentiel.

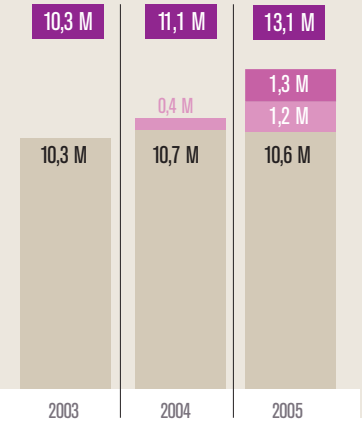
Foyers initialisés Télévision de complément : analogique/numérique



Décomposition 2005 par support des foyers initialisés Télévision de complément



Foyers initialisés Télévision de complément : les relais de la TNT et de l'ADSL



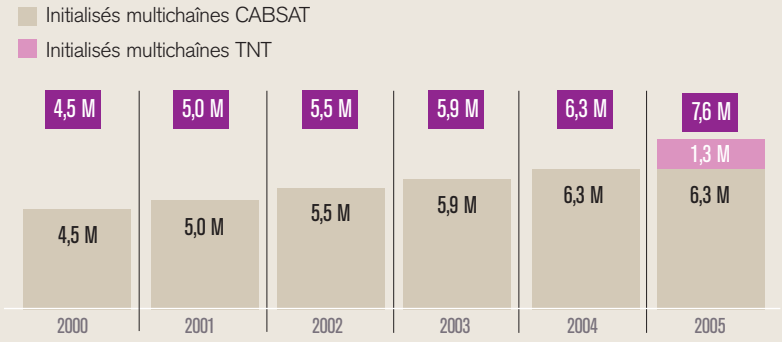
(source : opérateurs, Aform, CSA, Access)

Une part toujours croissante dans l'audience toutes télévisions

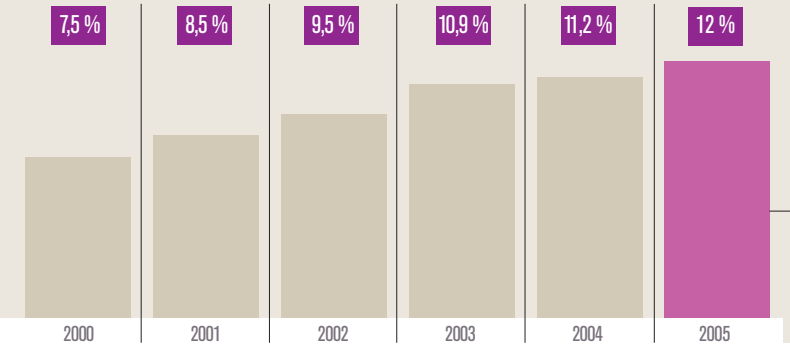
La part d'audience toutes télévisions « Autres Télévisions » gagne 0.8 point d'audience en 1 an à 12 %.

Stable autour de 36 % sur l'univers Câble et Satellite (CABSAT), la croissance de la part d'audience du poste « Autres Télévisions » sur l'univers toutes télévisions est stimulée d'une part par le nouvel univers de mesure TNT, sur lequel la part d'audience 4 ans et + du poste « Autres Télévisions » atteint 26 % en janvier 2006 et soutenue d'autre part par la croissance du nombre d'initialisés « Autres Télévisions ».

Foyers initialisés « Autres Télévisions » mesurés



Part d'audience « Autres Télévisions » individus 4 ans et plus

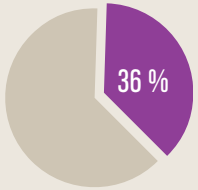


Remarque : Mediamétrie ne mesure pas les univers DSL, Satellite gratuit et Service Antenne du câble à ce jour.

(source : Mediamétrie)

CABSAT

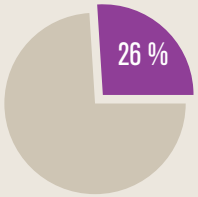
Part d'audience « Autres Télévisions » 4 ans et plus, environnement CABSAT



(source : MediaCabSat vague 10)

TNT

Part d'audience « Autres Télévisions » 4 ans et plus, environnement TNT



(source : Mediamétrie, Janvier 2006)

Les 20 premières chaînes du paysage de complément concentrent plus de 50 % de l'audience. Parmi les 12 premières chaînes figurent 4 chaînes éditées par le Groupe M6.

Classement des chaînes de l'offre de complément

(en % de part d'audience, environnement câble et satellite, individus de 4 ans et +)

(source : MediaCabSat vague 10, Septembre 2005 – Février 2006)

Eurosport	1,9 %
RTL9	1,8 %
TV Breizh	1,3 %
Canal J	1,2 %
TMC Monte Carlo	1,1 %
Paris Première	**1,0 %**
TF6	**0,9 %**
LCI	0,9 %
13e Rue	0,9 %
Tiji	0,9 %
Teva	**0,6 %**
TPS Star	**0,6 %**

Une position offensive pour le Groupe M6

Le Groupe M6 : un acteur de référence du paysage de complément

• **Sur le métier d'éditeur de chaînes,** le Groupe a constitué un portefeuille de 11 chaînes thématiques complémentaires en matière de positionnement et de cibles.

• **Sur le métier de la distribution de télévision payante**, le Groupe est actionnaire à 34 % de la plate-forme TPS. Par ailleurs, au travers de cette participation, le Groupe est éditeur de 14 chaînes thématiques du bouquet TPS (Télétoon, Télétoon+1, Eureka, Piwi, TPS cinetoile, TPS cineculte, Infosport, TPS star, TPS cinefamily, TPS homecinema, TPS cinestar, TPS cinextreme).

2005 : une année offensive pour le Groupe

Pour les chaînes du Groupe, l'année est marquée par de nombreux événements :

- le lancement de trois nouvelles chaînes, M6 Music Black, M6 Music Rock puis M6 Music Hits,
- le lancement de W9 sur la TNT gratuite,
- le positionnement sur le marché du mobile,
- une distribution étendue des chaînes,
- un premier exercice d'exploitation à l'équilibre pour Paris Première depuis l'acquisition et la restructuration de la chaîne en 2004.
- l'accord signé entre les groupes Vivendi Universal,TF1 et M6 concernant le rapprochement de leurs activités de télévision payante.

ZOOM SUR...

Des perspectives prometteuses pour le Groupe M6

W9, 2e chaîne gratuite du Groupe M6, tout comme la plage en clair de Paris Première seraient potentiellement reçues d'ici 5 ans par plus de 75 % des foyers français équipés TV.

Les chaînes payantes du Groupe seraient potentiellement reçues par près de 3 millions de foyers français supplémentaires d'ici 5 ans.
En Grande Bretagne, pays plus mature en matière de distribution de TV payante, 43 % de la population équipée TV est abonnée à une offre payante de TV en numérique (*source Ofcom - Q3 2005*).
En France, 37 % des foyers équipés TV paye un abonnement TV (y compris à Canal+ analogique).

La télévision sur mobile est un segment de marché émergent avec un très fort potentiel de croissance. Ce segment pourrait être un véritable relais de croissance pour les chaînes numériques du Groupe.
Près de 50 % des abonnés téléphonie mobile pourraient avoir accès à des offres de télévision et à des programmes à la demande.
Par ailleurs, le développement du marché des baladeurs vidéo et le déploiement de la norme DVB-H (Digital Video Broadcasting: Handhelds) permettant la réception en mobilité d'un signal diffusé en numérique hertzien, pourraient encourager la consommation de télévision mobile.

Paris Première « Vous pouvez rallumer la télé »

En 2005, Paris Première a tenu toutes ses promesses et a réussi son triple pari : garder son âme, gagner en visibilité, en audience, et retrouver l'équilibre financier. La chaîne aborde donc sereinement le cap de ses 20 ans, qu'elle fête en 2006.

CHIFFRES CLÉS

2 heures
C'est la durée de la diffusion en clair de Paris Première sur la TNT.

3,3 millions
C'est le nombre de téléspectateurs qui regardent chaque jour la chaîne.

Une chaîne très regardée

Paris Première est une chaîne très regardée, accessible sur l'ensemble des réseaux de diffusion : TNT, satellite, câble, DSL et mobile (Orange). 14,2 millions de personnes peuvent regarder la chaîne. Elle figure dans le Top 5 des chaînes les plus reçues.

En une année, l'audience de Paris Première a progressé de 24 % sur le public de 4 ans et plus*, plus de 3,3 millions de téléspectateurs regardent chaque jour la chaîne.**

Ces performances d'audience se reflètent sur sa cible privilégiée avec un accroissement de 30 % d'audience***. Paris Première est la 3e**** chaîne la plus regardée par les CSP+.

L'identité parisienne de la chaîne s'affirme : elle fait partie du Top 3 des chaînes thématiques les plus regardées par les moins de 50 ans sur Paris et agglomération.**

Paris Première cultive sa différence

Dans ses émissions emblématiques et ses rendez-vous récurrents, Paris Première s'applique à trouver des angles uniques et insolites pour traiter l'actualité culturelle, artistique ou économique.
Paris Première propose une façon particulière de découvrir des personnalités que ce soit avec Thierry Ardisson dans son appartement *93 Faubourg Saint-Honoré*, avec Ariane Massenet dans les salons de l'Hôtel Crillon pour des *Petites confidences entre amis* ou avec Frédéric Taddéi et sa caméra indiscrète dans *Paris Dernière*.
La liberté de ton et de parole fait partie des engagements pris par Laurent Ruquier et *Ça balance à Paris*, mais également Alexandra Golovanoff et Catherine Pégard dans *Les femmes et les patrons d'abord*.
Paris Première invite aussi à s'évader autrement à travers des documentaires IMAX présentés par Priscilla Telmon.

À chaîne événementielle, rendez-vous exceptionnels : *Paris défile*, *Golden Globes*, ou encore *Vive la télé* dans laquelle Philippe Gildas nous présente des trésors de la télé dénichés dans les archives de la télévision française.

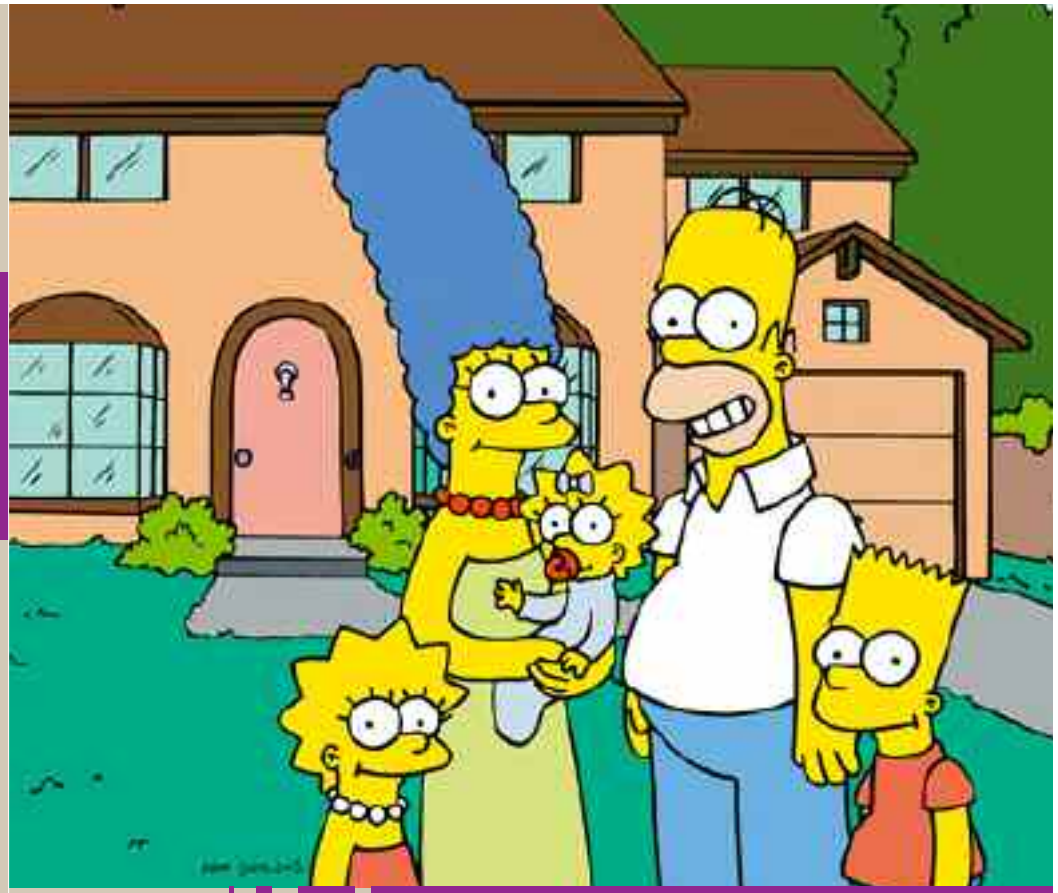
**Source : Médiamétrie/MédiaCabSat, septembre 2005/ février 2006,*
*** Source : Médiamétrie/MédiaCabSat - Audience cumulée journée*
**** Progression du quart d'heure moyen vague 10 versus vague 9*
***** Hors déclinaisons de Canal + et chaînes hertziennes*

Les femmes et les patrons d'abord sera un des magazines diffusés en clair sur la TNT payante.

ZOOM SUR...

Le rendez-vous de la TNT

Retenue par le CSA, Paris Première est présente sur la TNT payante depuis le 21 novembre 2005. Après le câble et le satellite, l'ADSL et même le téléphone mobile, voici donc un nouveau canal de diffusion pour la chaîne. Sur la TNT, Paris Première bénéficie d'une plage en clair quotidienne pendant deux heures qui lui permet de mieux exposer ses programmes, et notamment tous ses magazines identitaires. Cette opportunité nouvelle d'être reçue par l'ensemble des foyers équipés d'un adaptateur TNT devrait permettre à la chaîne de poursuivre son développement.



W9 « Appuyez sur la détente »

Dans un paysage audiovisuel bouleversé par la TNT, W9 s'affirme comme un acteur majeur de cette nouvelle offre de télévision.

W9, acteur majeur de la TNT

En moins d'un an, W9 s'est imposée sur la TNT grâce à une programmation complète et variée autour de trois univers : la musique, l'action et la détente.
W9 atteint 2,7 % de part d'audience sur le public de 4 ans et plus équipés TNT* et est regardée par 3 millions de téléspectateurs chaque semaine**.
W9 est la chaîne la plus regardée par le public des jeunes adultes : parmi les nouvelles chaînes de la TNT : 71,5 %(1) des 15-34 ans équipés TNT regardent W9 chaque semaine.
Ces premiers résultats démontrent la pertinence de l'offre de chaînes du Groupe M6 et des choix éditoriaux de W9. Les perspectives qui s'ouvrent pour la chaîne s'annoncent prometteuses avec la généralisation de l'offre TNT sur le territoire français.

Une programmation alliant qualité, diversité et cohérence

Dans la continuité de son lancement le 31 mars 2005, W9 affirme ses ambitions pour conforter son statut de chaîne de référence des jeunes adultes de moins de 35 ans. Pour cette étape importante de son développement, W9 a bâti une offre de programmes qui repose sur trois piliers : la qualité, enjeu majeur pour les nouvelles chaînes de la TNT gratuite ; la diversité, caractéristique première d'une offre riche ; la cohérence, garantie d'une grille harmonieuse destinée spécifiquement aux moins de 35 ans.
Ces trois principes sont déclinés à l'envie dans la grille de programmes avec des magazines et des divertissements originaux, comme *Au cœur de l'action* ou *W9 Live* ; des événements majeurs, des *Grammy Awards* à *Made in Manga* ou *Ecole des Elites* ; du grand cinéma (*Présumé innocent* ou *Mary à tout prix*) des séries récentes et inédites (*Jonny Zero* ou *Hex*, saison 2), des séries d'humour comme *Les Simpson* ; des séries cultes comme *Dead Zone*, du sport, avec le rythme effréné du *Championnat du monde des rallyes* ou *100 % Girondins* …

Une télévision résolument différente

Les émissions et les visages de W9 sont à l'image du public de la chaîne, en quête d'énergie, d'enthousiasme et de détente pour une télévision résolument différente :
Frédérique Bedos dans *Samedi Live* transmet en public toute sa passion de la musique ; François Pécheux explore tous les modes de vie des aventuriers d'aujourd'hui et suit les expériences de tous ceux qui sont *En Quête d'Action*, Moon Daily présente le meilleur d'Internet et part à la découverte des cinquante singles les plus en vogue sur le net dans le *E classement* ; Vanessa Demouy fait ses premiers pas d'animatrice sur W9 aux commandes de *Made in Manga*.
Symboles de cet esprit, les speakerines ont fait leur grand retour sur W9 et sont issues de tous les pays d'Europe. Tous les jours, ces ambassadrices de charme accompagnent les téléspectateurs en apportant leur ton, leur univers, leur humour.

(1) Etude IFOP du 8 juin au 20 juin 2005 auprès des foyers équipés d'un adaptateur
**Source : Médiamétrie / Mediamat – Univers équipés TNT (moyenne lundi – dimanche / 03h00 – 27h00)*
***Source : Médiamétrie / Mediamat – Univers initialisés W9 (couverture moyenne – seuil 60 secondes)*

Le magazine *En quête d'Action* présente le parcours de tous ceux qui ont inscrit l'action dans leur quotidien, des urgentistes aux aventuriers de l'extrême.

Une chaîne interactive

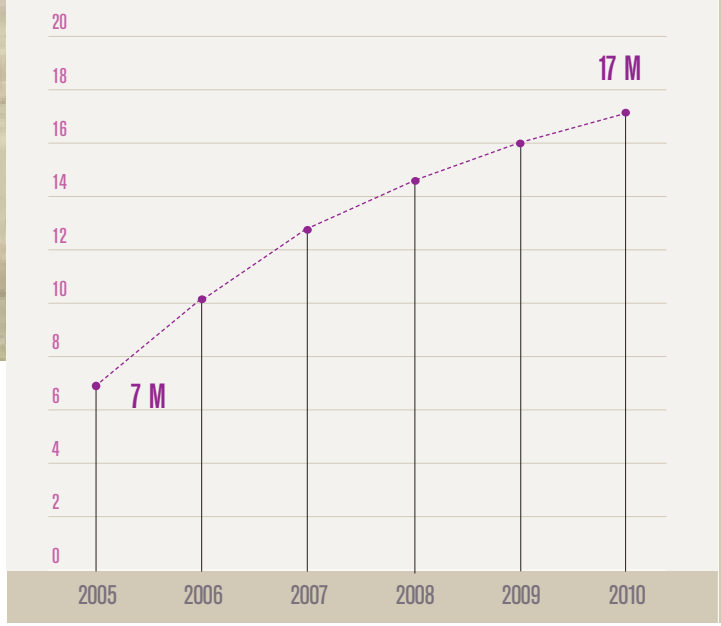
W9 privilégie la proximité avec son public et lui permet de s'exprimer et de participer à la vie de la chaîne (par téléphone, Internet, SMS) : avec *W9 Hits*, les téléspectateurs envoient leurs dédicaces et communiquent tous les jours sur l'antenne ; dans *Made in Manga*, ce sont les téléspectateurs qui votent pour désigner la série gagnante ; enfin, le site w9.fr est un véritable relais de la chaîne auprès des internautes qui y retrouvent des contenus exclusifs et des best-of en vidéo.

ZOOM SUR...

La puissance de la TNT

W9 bénéficie d'une réelle puissance de diffusion : présente sur tous les réseaux de distribution (câble, satellite, adsl, TNT), elle est la quatrième chaîne la plus diffusée en mode numérique, plus de 7 millions de foyers la reçoivent, soit 25 % des foyers français. Les estimations d'évolution de la TNT prévoient une montée en charge rapide dans les 5 prochaines années, qui permettrait à W9 d'être reçue en 2010 par près de 17 millions de foyers français, soit 75 % de la population TV française. W9 est également disponible sur le téléphone mobile (Orange et Bouygues en téléphonie mobile 3G).

17 millions de foyers français recevront W9 en 2010



(Source : estimations M6)

2005 a été une année offensive pour le Groupe avec le lancement de 3 nouvelles chaînes

Des chaînes complémentaires pour un ensemble puissant

TEVA

Depuis sa création en 1996, Téva est parmi les chaînes les plus diffusées : accessible à près de 13 millions d'abonnés, Téva est retransmise sur tous les supports existants : le satellite (TPS et CanalSat), le câble (Noos, Upc, Numéricable), ADSL (TPSL, CanalSatdsl, Free, 9 télécom, Alice), le mobile (Orange). Téva est la 4e chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans abonnées* et compte 64 % de femmes dans son audience**.

Chaîne généraliste à coloration féminine, Téva a renforcé ses programmes en 2005 avec des séries cultes et inédites comme *Missing*, *Alias* ou *Sex and the City*, du cinéma emblématique, ou des formats de télé-réalité surprenants et exclusifs (*Top Models USA*, *Projet Haute Couture*, *Relooking Extreme*).

Cette programmation riche et diversifiée s'articule autour de magazines audacieux et identitaires : *Les Dossiers de Téva* présentés en prime time par Marielle Fournier et *Téva Déco* dans lequel Cendrine Dominguez transforme chaque semaine l'intérieur d'un téléspectateur. 2005 marque l'arrivée de nouvelles animatrices qui symbolisent l'esprit Téva : Gwendoline Hamon est *Gwendoline, assistante de stars*, Sandrine Quétier, Frigide Barjot, Virgine Foucault et Karen Minier s'emploient à mettre à nu chaque semaine un homme célèbre dans *Elles ont les moyens de vous faire parler*.

**Source Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2005/ Février 2006, hors chaînes hertziennes historiques*
*** Audience 15 ans et plus en vague 10.*

M6 MUSIC HITS, M6 MUSIC ROCK, M6 MUSIC BLACK

Lancées en 2005, M6 Music Hits, M6 Music Rock et M6 Music Black sont les 3 chaînes incontournables des amateurs de musique. Après un an d'existence, leur offre recueille déjà 3,8 % de part d'audience auprès 15-24 ans sur TPS. M6 Music Hits est la 2e chaîne musicale de l'univers câble et satellite auprès des 15-34 ans*

Chacune de ces 3 chaînes propose des concerts, des événements et des émissions qui consacrent le meilleur de la musique : tous les hits du moment pour M6 Music Hits, rock et métal pour M6 Music Rock, musiques urbaines (rap français, ragga, R'n'B, reggae) pour M6 Music Black. Max et Charlie, Linda Lacoste, Ariane et Francis Zégut sont les porte-paroles de ces 3 chaînes distribuées sur le câble (Noos, Numéricable), le satellite (TPS), par ADSL (TPSL, Free, 9 Télécom), et sur le mobile (Orange, SFR). M6 Music Hits est également sur M6 Mobile by Orange et Bouygues Telecom.

*Source Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2005/ Février 2006

FUN TV

Lancée en 1997, Fun TV est la chaîne des 15-24 ans. Entrée au panthéon des 10 chaînes préférées des 15-24 *, elle rassemble sur cette cible 1,8 millions d'abonnés et enregistre une progression d'audience de 13 % auprès des 15-34** ans en seulement 6 mois. Fun TV est plus que jamais l'idole des jeunes.

Son format unique, impertinent et décalé, en phase avec les attentes de son public, offre des programmes construits autour de l'humour, de la musique, ou des célébrités. *Bouge ton Boule*, *Pelle et Râteau*, *Fun people*, *le Pensionnat Anglais* ou encore des *spéciales Michaël Youn* ou *Corneille* en sont les meilleurs exemples, Magloire et Jenny Del Pino en sont les animateurs emblématiques.

*Source Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2005/ Février 2006 – Hors chaînes hertziennes

** Progression du quart d'heure moyen vague 10 versus vague 9.

TF6

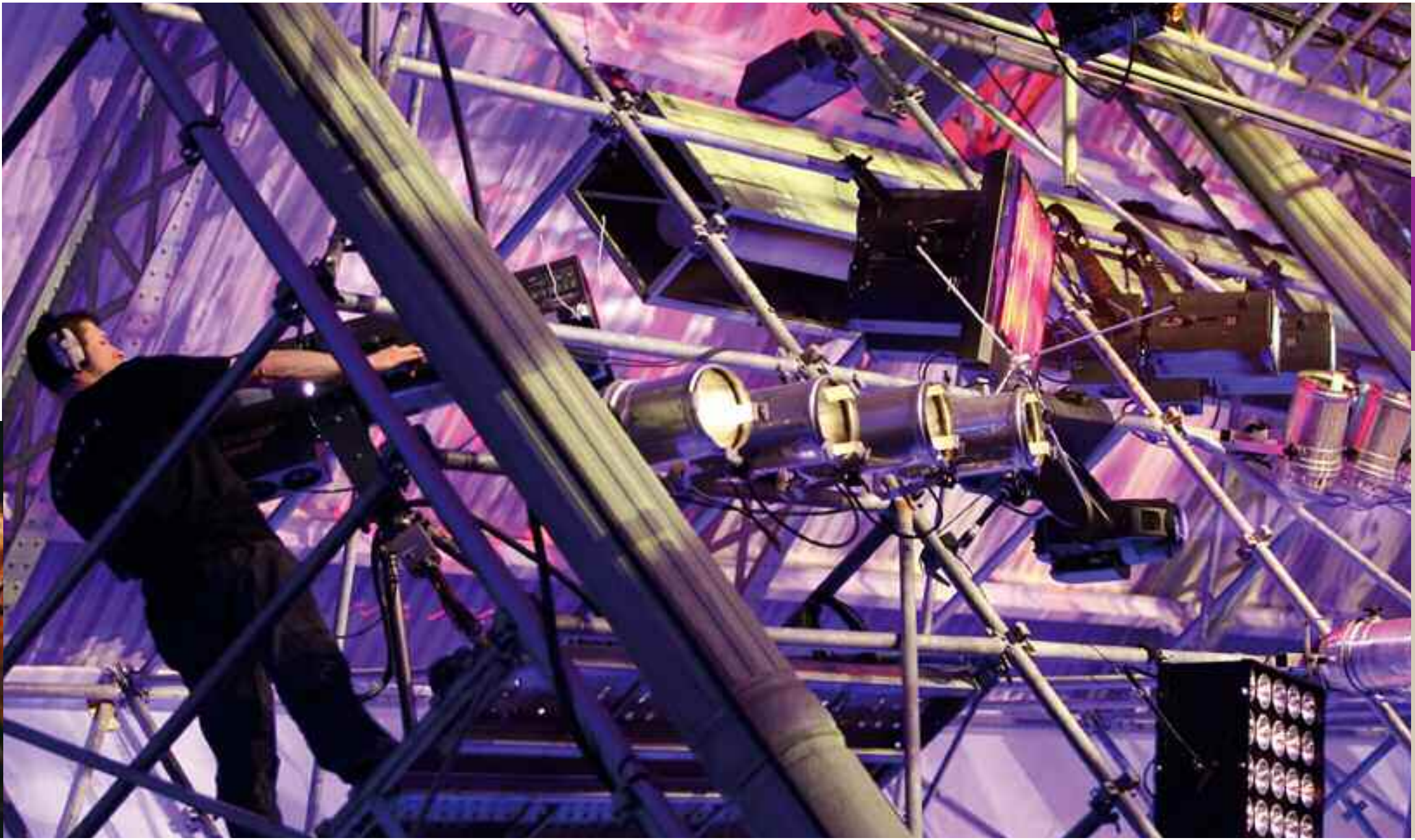
Comptant plus de 5,9 millions d'individus abonnés à la chaîne (TPS et le câble), TF6 réalise la performance d'être la première chaîne de TPS sur la quasi totalité des cibles.
Pour conquérir les jeunes adultes, TF6 propose une grille de programmes très ambitieuse : pas moins de 10 animateurs vedettes (Cauet et son équipe, Virginie Efira, Céline Balitran, Denis Brogniart, Karine Ferri, Flavie Flament, Elodie Gossuin, Vincent Mac Doom…), près de 200 grands films de cinéma (*La Rançon*, *Mission évasion* ou encore *Fast and Furious*), des séries événements en prime time (*24, Dr House*, *L.A. Dragnet*), le meilleur des séries pour les jeunes adultes en journée (*Smallville*, *Angel, Newport Beach*, *Les frères Scott…*) et des formats de télé-réalité diffusés pour la première fois en France (*Myriam et les garçons*, *Miss Swan*, *The Starlet*, *Miss Macho* mais aussi *Britney & Kevin : Chaotic*).
Grâce à cette ligne éditoriale et malgré son déficit de diffusion, TF6 se place dans le trio de tête auprès de l'ensemble des téléspectateurs de 15 à 49 ans avec respectivement 1,4 % de part d'audience sur les ménagères de moins de 50 ans* et 1,3 % de part d'audience sur le public de moins de 50 ans. TF6 est également plébiscitée par les jeunes : 3e chaîne auprès des 15-24 ans avec 1,4 % de part d'audience .

**Source Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2005/ Février 2006*

Série Club

Série Club compte plus de 5,4 millions d'individus abonnés à la chaîne et est distribuée sur le câble et le satellite (TPS). 4ème chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans abonnées*, Série Club continue de séduire les 15-49 ans qui constituent 51 % de son audience**, soit une progression de 12 % en 6 mois.
Son positionnement est simple et clair : Série Club est la seule chaîne 100 % séries. La chaîne des séries a poursuivi en 2005 sa politique d'innovation avec de nouvelles séries inédites : *Le roi de Las Vegas*, *Pacific homicide* (série n° 1 en Australie) et *Miracles*.
Elle a également diffusé de nombreuses nouveautés, des séries récentes et attendues par le public comme *Disparition*, *Stargate Atlantis*, *L'île de l'étrange*, *Haunted* ou *Mysterious ways*.
Environ une fois par mois, Série Club a créé l'événement autour des séries comme lors des *Emmys Awards*, des *Screenings*, de la *Soirée spéciale Disparition* et de la *Soirée remakes en série*. Enfin, depuis septembre 2005, Série Club a développé son offre de magazines dédiés aux séries en proposant *100 % Séries* présenté par Sandra Lou et *Hollywood séries*.

**Source Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2005/ Février 2006, hors chaînes hertziennes historiques*
*** Audience en vague 10 versus vague 9.*



ET C'EST AUSSI,
LA TV EN ILLIMITÉ
AVEC M6 MUSIC HITS
24H/24
SUR VOTRE MOBILE
COMPATIBLE TV LIVE
m6mobile.fr

Les diversifications

29,8 %

c'est la part des diversifications
et droits audiovisuels
dans le chiffre d'affaires
du Groupe M6

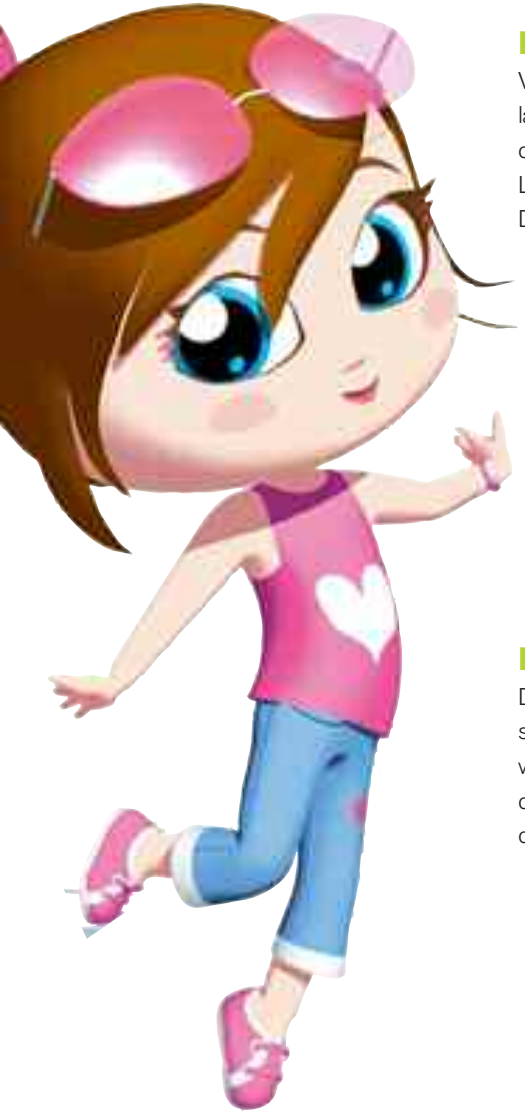
Publications, Disques et Événementiel

Avec les créations de M6 Interactions en 1992 et de M6 Événements en 1997, M6 a très tôt investi d'autres territoires que la télévision en initiant de nouveaux savoir-faire dans l'édition (presse, musique, collections…) et l'événementiel

CHIFFRES CLÉS

9 millions
C'est le nombre de produits vendus en kiosque par M6 Interactions

24 %
C'est la progression du volume des ventes à l'activité Disques en 2005 versus 2004



L'édition en kiosque

Via sa filiale M6 Interactions, M6 est désormais devenu un des acteurs incontournables de la diffusion en kiosque. 4e éditeur du marché, le Groupe a vendu près de 9 millions de produits en 2005.

L'activité d'édition regroupe les collections d'objets, les jeux vidéo et cédéroms ainsi que les DVD y compris « unitaires ». L'année 2005 a été une année d'investissements conséquents.

- **Les collections :** 6 nouvelles collections ont été lancées en 2005 dont de grands succès comme *Les Miniatures Renault*, *La Grande Parade des Chevaux* ou la collection DVD de Jean Gabin. L'année 2006 s'annonce riche avec le lancement dès le mois de janvier de 3 nouvelles collections dont *La Légende du Dakar* ou *Les Légendes du Cinéma Français*.
- **Les jeux vidéo et cédéroms :** plus de 30 jeux vidéo pour PC ou Playstation ont été commercialisés en 2005 dont les plus grandes références comme *Alexandra Ledermann 4*, *Driv3r*, *Medal of Honor* et *Crash TwinSanity*.
- **Les DVD :** tout en poursuivant l'exploitation exclusive en kiosque de films ou séries à succès comme *Alexandre*, *Danny The Dog* ou *Kaamelott*, l'activité vidéo s'est enrichie en proposant des coffrets cultes (*Star Wars*, *Indiana Jones*, *Le Parrain*) et des contenus inédits ou originaux comme *Bruce Lee*, *Mike Tyson*, *Cerrone*, *La Légende de la Course Auto*…

Le Disque

Dans un marché difficile, l'activité disque réalise une année satisfaisante avec une progression des volumes de 24 % soit 10,3 millions d'unités vendues en 2005. Alors que les ventes en kiosque reculent de 48 % (compilations et DVD musicaux), celles du réseau traditionnel ont progressé de 30 %. Cette performance s'explique par l'importante progression du nombre de singles et de compilations vendus (respectivement + 56 % et + 8 %).

- **Des découvertes :** M6 Interactions est reconnu pour son talent de dénicheur de nouveaux artistes : grande révélation de l'année, tout comme O-Zone en 2004, Ilona a décroché la meilleure vente de singles en France en 2005 occupant pendant 15 semaines consécutives la 1re place du Top Single avec le titre *Un monde parfait*. Le groupe seychellois Dezil, avec son single *San Ouh*, double disque de platine, a été la révélation de l'été. Enfin, après Amel Bent, sacrée révélation du public par une victoire de la musique (son single *Ma Philosophie* est en 3e place des meilleures ventes de singles en France), Myriam Abel, lauréate de l'émission *Nouvelle Star*, a connu un succès immédiat avec *Donne* classé n° 2 des ventes dès la semaine de sa sortie.
- **Des valeurs sûres :** M Pokora, jeune star du RNB français, suivi dès ses débuts par M6 Interactions, a gagné cette année deux NRJ Music Awards. Son 2e album s'est classé n° 1 du top dès sa sortie. Lorie a continué à surfer sur le succès avec son dernier album *Rester la même*, disque de platine.

ZOOM SUR...

L'Événémentiel

L'activité de M6 Événements se développe autour de deux pôles : d'une part, la création, promotion et coproduction de spectacles, d'autre part l'événementiel corporate. M6 Événements est coproducteur de la pièce *Arrête de pleurer Pénélope !* dont le succès ne se dément pas : près de 60 000 spectateurs ont assisté à cette pièce en 2005. Fort de ce succès, M6 Événements coproduit en 2006 les créations de *Arrête de pleurer Pénélope 2* et de sa version masculine, *Des soucis et des hommes* (titre provisoire). La filiale événementielle de M6 s'est associée à de nombreux spectacles comme *Holiday on ice*, *Gary Kurtz* ou les comédies musicales *Don Juan* et *Elvis Story* et a également coproduit le retour attendu de la célèbre comédie musicale *Notre Dame de Paris* ainsi que le spectacle *Attention Mesdames et Messieurs*.
En 2005, M6 Événements a poursuivi l'extension de son activité corporate avec l'organisation d'une trentaine d'opérations au cours de l'année.

M6 Éditions

L'année 2005 a été une année de développement pour le pôle Éditions avec l'élargissement du nombre de titres

CHIFFRES CLÉS

7
C'est le nombre de titres de M6 Éditions

250 000
C'est la diffusion de ***Fan 2***, le titre le plus ancien de M6 Éditions (1997) et le leader sur la presse jeune

La presse jeune

Le pôle Éditions est un acteur significatif du marché de la presse jeune avec 3 titres aux thématiques spécifiques :

- l'actualité des stars : 1er magazine lancé par M6 en 1997, ***Fan 2*** est devenu leader sur la presse jeune avec près de 250 000 exemplaires
- la musique : créé en 2003, le mensuel ***Hit Machine Girl*** est tiré à plus de 150 000 exemplaires
- les mangas : ***Manga Hits*** a été lancé en 2004 et propose à ses lecteurs le meilleur de l'actualité manga avec des publications inédites.

La presse féminine

Début 2006, M6 a conforté sa position dans la presse gratuite et dans la presse féminine en prenant une participation au capital du mensuel gratuit ***Femme en ville*** (9 numéros par an). *Femme en ville* est le premier magazine féminin haut de gamme gratuit et distribué via un réseau de partenaires à plus de 500 000 exemplaires (OJD presse gratuite 2004). En 2004, *Femme en ville* a été élu meilleur gratuit au Grand Prix des Médias CBNews 2005.

La presse masculine

Fort du succès de l'émission *Turbo*, M6 a lancé son 1er magazine consacré à l'automobile, ***Auto Turbo***, en novembre 2005 en coédition avec le leader du secteur Motor Presse. Le petit dernier de M6 Éditions est un mensuel, diffusé en moyenne à 90 000 exemplaires sur les 2 premiers numéros. Le ton du magazine se veut proche du lecteur et accorde une large place aux visuels, chaque essai est ainsi présenté sur un minimum de 6 pages. Le plus d'*Auto Turbo*, c'est aussi de faire place dans une maquette très rythmée à la dimension de spectacle et de plaisir avec des rubriques comme Stars, Extrême, Actu et Shopping… M6 est également devenu l'actionnaire principal du mensuel gratuit ***Homme en ville***, diffusé à 300 000 exemplaires en moyenne par numéro. Magazine masculin généraliste haut de gamme, *Homme en ville* est destiné aux hommes urbains CSP+ de 25 à 49 ans.

L'actualité « livre »

S'inspirant des programmes diffusés à l'antenne, M6 Éditions a coédité plusieurs ouvrages : les conseils, trucs et astuces de Super Nanny pour venir en aide aux parents débordés dans son ouvrage *Prenez en main l'éducation de vos enfants*. Après *La Cuisine de Cyril*, Cyril Lignac fait profiter de son savoir-faire tous les apprentis cuisiniers avec *Oui Chef ! C'est moi qui cuisine*. M6 Éditions a également fait une incursion dans le monde de la bande dessinée en adaptant sur ce support les séries *Léa Parker* et *Caméra Café* (3 volumes publiés et 300 000 exemplaires vendus), ainsi que le dessin animé *Barbapapa.*

ZOOM SUR...

Citato, « Le mag des journaux »

M6 Interactions est devenu actionnaire majoritaire de *Citato* en août 2005. Lancé un an plus tôt, *Citato* est un panorama de la presse française, qui offre aux jeunes de 15 à 20 ans une sélection mensuelle d'articles des grands titres de la presse quotidienne et magazine. L'objectif de ce magazine des journaux est de faire découvrir la presse aux jeunes en relatant les grands sujets de l'actualité (culturelle, sportive, mode…), et en exposant la diversité des points de vue. Réalisé en partenariat avec les principaux titres de presse, *Citato* est distribué gratuitement à 230.000 exemplaires dans les lycées, universités et grandes écoles.

CHIFFRES CLÉS

2 200
points de distribution

230 000
exemplaires chaque mois

16,6 ans
c'est l'âge moyen des lecteurs

82 %
des lecteurs sont des lycéens

1h43
c'est le temps de lecture moyenne par magazine

71 %
des lecteurs lisent Citato chaque mois

(Source Média-Enquête satisfaction décembre 2005)

800 000 titres sont disponibles en téléchargement légal sur m6music.fr

Multimédia / Internet et Interactivité

Au cœur de la stratégie de convergence des activités du Groupe M6, la filiale multimédia, M6 Web, gère les activités liées à Internet, à l'interactivité et à la téléphonie mobile

Une cinquantaine de sites Internet

Avec en moyenne 1,5 million de visiteurs uniques par mois, m6.fr a conforté sa 2e place de site média le plus visité. M6 a par ailleurs intégré en 2005 le top 30 des sites français les plus visités*.

Le savoir-faire des équipes de M6 Web réside dans la maîtrise et la proposition de contenus éditoriaux spécifiques. Le site turbo.fr (3e site automobile toutes catégories avec 650 000 visiteurs uniques **) qui a fêté ses 5 ans cette année en est un bon exemple avec ses nombreux reportages exclusifs sur l'actualité automobile. Le portail m6.fr suit l'actualité de la chaîne, développe des contenus adaptés et enrichis et propose de nombreux services innovants et divertissants pour ses internautes comme *Habbo Hotel* (près de 500 000 membres en décembre), une communauté virtuelle destinée aux 13-16 ans. Autre illustration du dynamisme de la filiale Internet : le site de téléchargement m6music.fr a étendu considérablement son offre de musique dans le courant de l'année 2005 : le nombre de titres disponibles en téléchargement légal a augmenté de 60 % pour atteindre 800 000 titres.

En 2006, M6 Web développera son offre communautaire sous toutes ses formes : blogs, forums ou monde virtuel pour répondre à la demande croissante des internautes.

L'interactivité

M6 Web continue d'innover et de renouveler les mécanismes d'interactivité en déployant de nombreux dispositifs qui permettent aux téléspectateurs de participer aux quiz, aux jeux, voter, etc. Ces dispositifs favorisent la proximité avec les téléspectateurs sur les programmes de M6 (*Nouvelle Star*, *Morning Café*, *Star Six Music*, *Tubissimo*, etc.) ainsi que sur les chaînes numériques du groupe (jeux, fils sms).

La production de contenus mobiles

M6 Web produit des contenus éditoriaux propres à la téléphonie mobile : musique, vidéos, jeux, contenus sur les émissions accessibles à partir des sites Internet Mobile : myM6, Turbo et M6 mobile by Orange.

L'exploration de nouvelles technologies en 2006

L'année 2005 a marqué un tournant dans l'évolution du paysage audiovisuel français avec le développement d'Internet, la croissance des produits numériques, la hausse du taux d'équipement high-tech des foyers… Dans cette dynamique, M6 Web va s'attacher en 2006 à développer de nouveaux services pour les internautes sur tous les nouveaux supports : diffusion DVBH, vidéo à la demande, vidéo sur mobile, podcast, web 2.0…

** Source Médiamétrie/NetRatings*

*** Novembre 2005, source Nielsen Netrating*

ZOOM SUR...

M6 mobile by Orange, une référence pour les 15-25 ans**

L'année 2005 est marquée par le succès du lancement de M6 mobile by Orange, offre de téléphonie mobile lancée en partenariat avec Orange France. L'offre a séduit près de 230 000 abonnés en un semestre soit plus du double des objectifs prévus, dans un contexte de concurrence accrue marqué par la multiplication d'opérateurs de téléphonie mobile virtuels (MVNO) ciblant un public jeune.
Ce succès s'appuie sur l'expertise d'Orange en matière de téléphonie mobile et celui de M6 en matière de contenus, de communication et de distribution en vente à distance.
Les 2 offres M6 mobile, lancées respectivement en juin et en novembre 2005, sont destinées aux 15-25 ans.
Elles proposent une formule innovante combinant les avantages d'un forfait bloqué et de l'illimité*.
M6 mobile conserve un lien privilégié avec M6 à travers le club M6 mobile (jeux, personnalisation, informations sur les émissions, les stars…).
L'offre a conquis ses abonnés : 96 % des clients sont prêts à recommander M6 mobile**, et 47 % des acheteurs déclarent que l'arrivée de M6 mobile a déclenché leur achat**.

** Appels illimités dans une tranche horaire sur tous les numéros Orange et M6 mobile.*

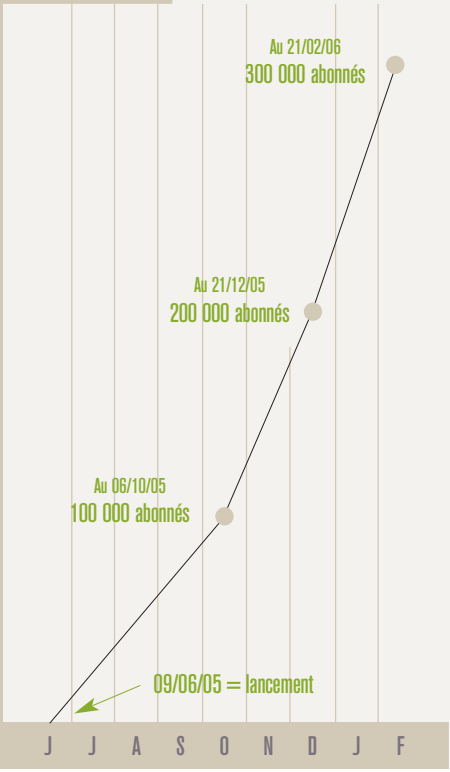
*** Étude connaissance des clients M6 mobile by orange réalisée en juillet et Août 2005 par TNS Sofres.*

La pénétration du téléphone portable chez les 11-19 ans *

15 % en 2000

72 % en 2006

Évolution du nombre d'abonnés



*(*Source Étude Consojunior 2006 de TNS Media Intelligence)*

(Source, Orange)

Le cinéma et les droits

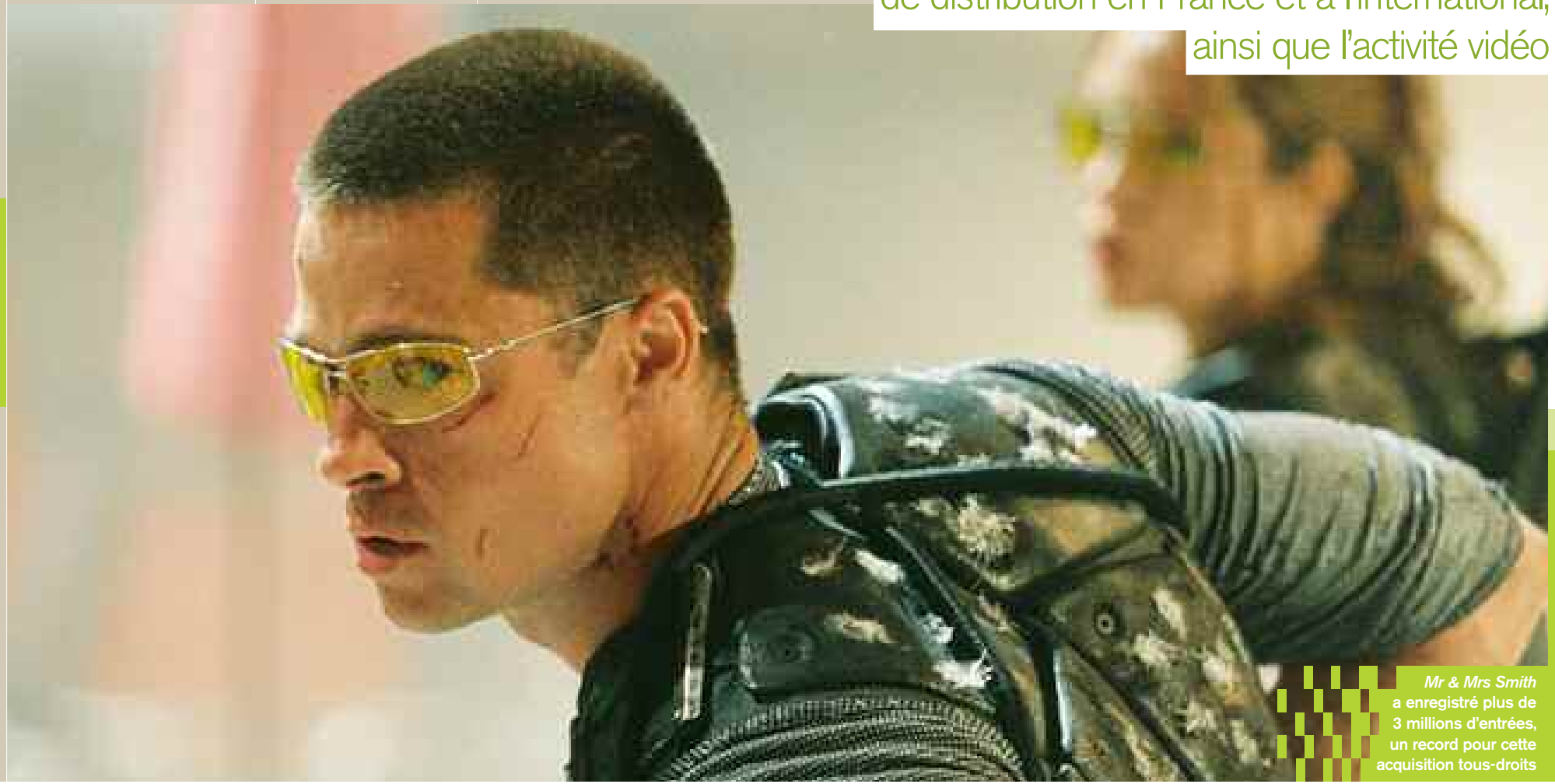
Acteur multi-facettes de la scène cinématographique, M6 renforce les activités de distribution en France et à l'international, ainsi que l'activité vidéo

LES CHIFFRES

13
C'est le nombre de films distribués par SND en 2005.

500
C'est le nombre de titres du catalogue vidéo.

6
C'est le nombre de gendarmes (*Le Gendarme à St-Tropez…*) qui ont rejoint le catalogue M6.



Mr & Mrs Smith a enregistré plus de 3 millions d'entrées, un record pour cette acquisition tous-droits

La distribution en salle : SND 12e distributeur en France

En 2005, SND a distribué 13 films en salle qui ont totalisé plus de 6,5 millions d'entrées. La société est classée 12e distributeur en France. L'activité Cinéma connait des succès dans un marché tendu, ainsi *Mr & Mrs Smith* a enregistré en France près de 3 millions d'entrées, un record pour la société depuis sa création. Notons également les performances du film d'animation *Vaillant* (1,15 millions d'entrées), *Il ne faut jurer de rien* (890 000 entrées) et *Shall we dance* (620 000 entrées). Des films prometteurs sont attendus en salles et en exploitation vidéo en 2006, notamment *Lord of War*, et *Underworld 2*. En 2006, l'activité de distribution internationale sera marquée par la sortie d'*Astérix et les Vikings*.

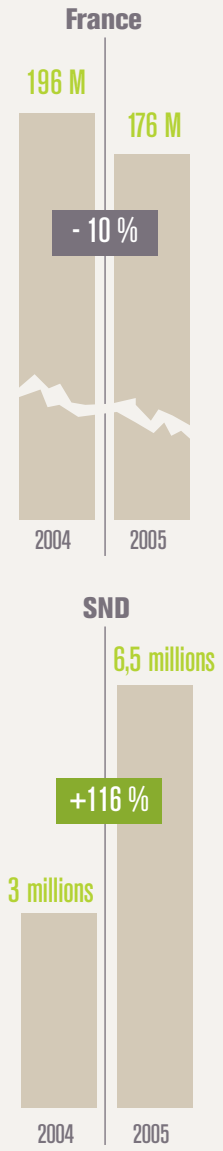
L'activité vidéo : les succès de *Kaamelott* et de *Vaillant*

L'activité vidéo totalise 2,86 millions d'exemplaires vendus en DVD et VHS avec les succès des vidéos *Vaillant* (305 000 exemplaires vendus), *Kaamelott* (224 000 ex), tous canaux de distribution confondus.

Le catalogue vidéo est très diversifié, avec plus de 500 titres provenant des acquisitions tous-droits, des programmes de l'antenne M6, et d'acquisitions de nouveaux catalogues.

Durant l'année 2005, SND a continué à renforcer sa politique d'acquisition de droits : 15 nouveaux films en distribution tous-droits, parmi lesquels les films à potentiel *The Guardian*, *Michael Clayton*. SND a également acquis le catalogue de la Société Nouvelle de Cinématographie (SNC) en 2005 : un fond exceptionnel de plus 400 films classiques du cinéma français et italien dont *Le Mur de l'Atlantique*, *La Piscine*, *L'Été meurtrier*, *Les Pétroleuses* et les 6 films *Les Gendarmes*.

Évolution des entrées en salle en 2005



(Source : Estimations baromètre FNCF)

ZOOM SUR...

M6 Studio : L'aventure Astérix

M6 Studio produit son 1er long métrage d'animation *Astérix et les Vikings*, en coproduction avec 2d3D Animations et Mandarin SAS et en association avec A Film AS.
Ce projet très ambitieux (22 millions d'euros), adapté de l'œuvre de René Goscinny et Albert Uderzo, est en développement au sein du Groupe M6 depuis la fin de l'année 2002. Sa sortie en salles en France est prévue le 12 avril 2006.
M6 Studio a suivi toutes les étapes de la construction de ce film d'animation, de sa création à sa distribution.

Par ailleurs, la bande originale du film est signée Céline Dion avec le single *Tous mes secrets* en coproduction avec M6 Interactions.
Partie intégrante de notre patrimoine culturel, références pour tous les âges, *Astérix* et ses compagnons seront distribués sur tous les territoires européens et sur d'autres marchés internationaux : Allemagne, Espagne, Bénélux, Scandinavie, Portugal, Grèce, Suisse, Russie, Canada, Europe de l'Est, Turquie, Indonésie, Inde, Taïwan, Brésil…

Vente à distance

En 2005, le pôle de vente à distance conjugue téléachat et e-commerce

Home Shopping Service est le leader européen de la vente à distance

Home Shopping Service : une stratégie de distribution et de diffusion multi-canal

Filiale à 100 % depuis 1998, Home Shopping Service domine aujourd'hui le secteur de la vente à la télévision avec 55 % du marché en France et au Benelux, 700 heures de diffusion de programmes par semaine, 2 millions de clients actifs et 2,5 millions de produits écoulés en 2005.

Home Shopping Service prête une attention particulière à la fidélisation des clients. Ils ont bénéficié en 2005 des dernières avancées technologiques : télécommande interactive, alerte SMS quand leur produit est prêt, serveur vocal, paiement en 3 fois, facilités de livraison… Avec la fusion réussie de la télévision, de l'Internet et du téléphone, Home Shopping Service contrôle la totalité du circuit de diffusion et assure le meilleur service. Home Shopping Service s'adapte aux évolutions de la vente à distance et développe une stratégie de distribution ambitieuse et complète.

La conception de programmes alimentant 36 chaînes de télévision

Home Shopping Service réalise 230 heures de nouveaux programmes par mois. Chacun de ces programmes est réalisé et ciblé en fonction des médias qui en assurent la diffusion. 34 chaînes en France bénéficient de ces tournages (dont M6 Boutique la Chaîne, Téva, Série Club, Paris Première, Cuisine TV), 2 en Belgique (RTL-TV, AB4) et 2 aux Pays-Bas (Yorin et RTL4).

Une chaîne 24h / 24

Depuis le 29 avril 2004, M6 Boutique la Chaîne, véritable grand magasin sur petit écran, diffuse 8 heures de direct par jour et propose 300 nouveaux produits par semaine. Le nombre de clients actifs sur les 12 derniers mois a dépassé les 100 000 pour atteindre 112 000 à fin décembre soit une hausse de 25 % sur l'année.

Les catalogues, les infomercials et les sites Internet

La vente à distance nécessite le développement d'une multitude de relais pour répondre au mieux aux besoins des clients : plus de 6 millions de catalogues de ventes par correspondance ont été distribués en 2005, 30 sites Internet accueillent 450 000 visiteurs par mois (soit près de 20 % du chiffre d'affaires) et les programmes d'infomercials se multiplient.

Une boutique

Depuis 5 ans, Home Shopping Service n'a pas cessé de développer ses activités : chaîne 24h / 24, positionnement sur le marché néerlandais… Le 28 novembre, une nouvelle enseigne a vu le jour dans le XIIe arrondissement à Paris. En ouvrant un magasin, l'enseigne M6 Boutique satisfait ainsi les clients réticents à l'achat à distance ainsi que les clients impatients qui pourront désormais repartir immédiatement avec leur achat. Véritable vitrine de l'offre proposée, le magasin présente sur près de 200 m² répartis sur 2 niveaux les produits forme, beauté, minceur, multimédia, maison vendus en exclusivité dans l'émission de M6. Le concept reste le même pour les clients avec la présence des démonstrateurs. sur place et d'une quarantaine d'écrans diffusant le mode d'emploi et les avantages de chaque produit.

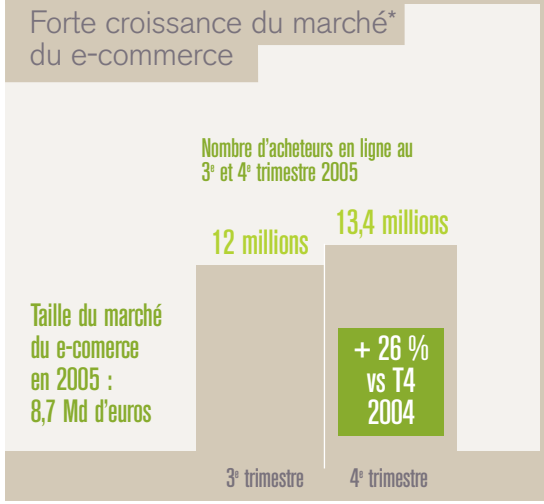
ZOOM SUR...

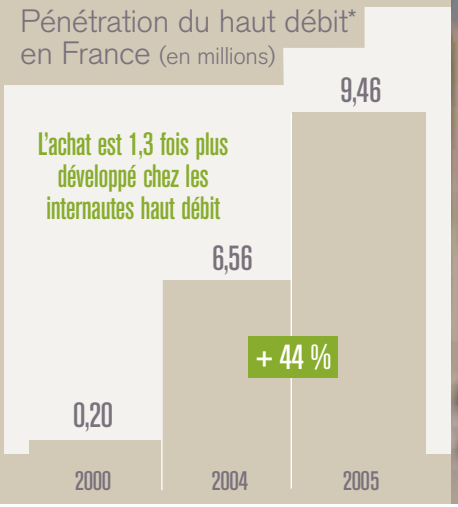
Le développement vers le e-commerce avec l'acquisition de MisterGoodDeal

En 2005, le Groupe M6 a acquis le site mistergooddeal.com, l'un des principaux acteurs du e-commerce, leader du déstockage de grandes marques sur Internet. Porté par l'essor du haut débit (+ 44 % du nombre de personnes équipées en haut débit entre 2004 et 2005) et l'évolution des comportements d'achat (+ 26 % des achats en ligne entre les 4e trimestres 2004 et 2005)*, mistergooddeal.com se classe dans le Top 10 des sites marchands français en termes de taux de fréquentation. L'acquisition de mistergooddeal.com donne naissance à une combinaison inédite Télévision-Internet dans le commerce, et constitue une opportunité d'accélérer la croissance et le développement des activités de vente à distance du Groupe M6. Soutenue par de fortes complémentarités commerciales et opérationnelles, cette alliance, qui associe puissance de la télévision, expérience de la vente à distance et croissance de l'Internet, donne une dimension nouvelle aux activités de téléachat et d'e-commerce du Groupe M6.

*(*Source : Acsel, FEVAD, ARCEP)*

MisterGoodDeal est le premier site de commerce en ligne à avoir mis en place son propre réseau national d'enlèvement avec 11 points de retrait





Football Club des Girondins de Bordeaux

Une équipe de haut niveau et un club qui atteint l'équilibre financier

LE FCGB EN CHIFFRES

5
C'est le nombre de joueurs du club sélectionnés en équipe nationale

9
C'est le nombre de joueurs de l'équipe professionnelle issus du centre de formation

11 %
C'est l'augmentation du chiffre d'affaire du FCGB entre 2004 et 2005

Une année de changements sportifs

Si la saison 2004-2005 a été une saison de transition sur le plan sportif, la saison 2005-2006 a confirmé le statut du Football Club des Girondins comme un des grands clubs français. Le Club a retrouvé une nouvelle impulsion et au sein du championnat de France de ligue 1.

Un air sud-américain a soufflé sur le club avec l'arrivée d'un nouvel entraîneur, l'ancien défenseur et coach du PSG, Ricardo Gomez Raymundo. De nouveaux joueurs ont rejoint l'équipe : le champion du monde brésilien Denilson, Smicer, ancien de Liverpool (champion d'Europe 2005), l'ancien marseillais Cheyrou, Henrique et Beto (arrivée au mercato d'hiver). Plusieurs joueurs de l'équipe ont été sélectionnés en équipe nationale : Chamakh (Maroc), Smicer (République Tchèque), Jurietti (France), Mavuba et Faubert (Équipe de France A)

Un centre de formation dynamique

Le Club poursuit avec succès sa stratégie de montée en gamme axée sur la formation : 9 joueurs de l'effectif professionnel 2005-2006 sont issus du centre de formation, dont le gardien Mathieu Valverde, Rio Mavuba et l'attaquant Marouane Chamakh, un des meilleurs buteurs du Club. Le centre de formation a permis de très nombreuses sélections dans chaque catégorie d'âge. Par ailleurs, l'équipe de réserve entraînée par Patrick Battiston a remporté le championnat de France des réserves professionnelles. En 2005, les activités du Club se sont développées avec la création d'une boutique de produits dérivés au château du Haillan et le démarrage de l'École Technique Privée FC Girondins de Bordeaux qui accueille les joueurs en herbe.

Classement ligue 1 à la 32e journée saison 2005-2006

1 - (OL) Lyon	69 points
2 - (FCGB) Bordeaux	60 points
3 - (LOSC) Lille	53 points

ZOOM SUR...

100 % Girondins : le meilleur des Marine et Blanc chaque soir de match sur W9 et TPS

L'émission *100 % Girondins* a été lancée le 30 juillet 2005. Ce programme est produit par le Football Club des Girondins de Bordeaux et présenté par Jean-Philippe Doux, journaliste de la rédaction de M6, et Marius Trésor, champion de France avec le club en 1984. À l'issue de chacun des matchs des Girondins de Bordeaux en championnat de Ligue 1, *100 % Girondins* propose une heure de résumé en images puis un magazine dédié à la rencontre et au Club (interviews d'après match, analyses, coulisses…).

L'émission *100% Girondins* est, depuis janvier 2006, diffusée sur W9 et TPS, le soir des matchs.

Année de changement pour TPS avec la stabilisation de son parc d'abonnés, l'enrichissement de son offre de programmes, l'extension de nouveaux modes de diffusion, de nombreux développements en matière d'offres de services et la conclusion d'un projet de rapprochement industriel avec le Groupe Canal +.

Une offre de programmes enrichie : 23 nouvelles chaînes thématiques

En 2005, l'offre de TPS s'est enrichie avec l'arrivée de 23 nouvelles chaînes dont 7 diffusés sur la TNT. Toutes les thématiques sont représentées : la musique (M6 Music Hits, M6 Music Black et Rock, NRJ 12 et Europe2 TV), le cinéma (Ciné FX, Ciné Polar, TPS CinéComedy et TPS Ciné Club), les mini généralistes (W9, NT1, TMC), la découverte (Ushuaïa TV en exclusivité sur TPS) , l'information (BFM TV), le sport (Eurosport 2), les programmes pour adultes (Spice Platinum), l'événement (*Star Academy 5*), l'astrologie (Astrocenter.TV) et les programmes pour enfants (Baby TV, Gulli).

Par ailleurs, TPS a renforcé son offre de football :

- Les chaînes des plus grands clubs : OLTV, OM TV, Real Madrid TV proposent la retransmission des moments forts de leurs matchs, des commentaires à chaud, les entraînements en direct, des interviews exclusives des joueurs et entraîneurs… ;
- TPS Foot, la chaîne 100 % Foot diffuse des matchs en exclusivité, des magazines inédits, la sélection des plus beaux buts de la saison, les coulisses des plus grands clubs européens… ;
- TPS Star a également diffusé sur la 2e quinzaine de juin 2005 la Coupe des Confédérations.

Toujours du côté du sport, TPS a signé un contrat d'exclusivité pour diffuser tous les combats de boxe organisés par Don King jusqu'en 2006. TPS Star proposera ainsi chaque mois les plus prestigieuses soirées de boxe en direct des États-Unis ainsi qu'un magazine consacré aux plus grands boxeurs.

De nouveaux modes de diffusion

TPS mise sur sa distribution via l'ADSL et continue à étendre ce mode de diffusion sur la majorité des opérateurs :

• avec France Télécom : TPS poursuit son déploiement de la télévision par la ligne téléphonique sur l'année 2005 avec le raccordement de nouvelles villes : Besançon, Angers, Le Mans, La-Roche-sur-Yon, Les Sables d'Olonne, Poitiers, Saint-André, Haubourdin, Menton, Mulhouse, Aix-en-Provence… Ainsi, à la fin du mois de décembre, près de 8,5 millions de foyers ont pu accéder à MaLigne tv (contre 4,7 millions au 31 décembre 2004). La part de marché de TPS par ADSL sur les nouveaux abonnés recrutés avec France Télécom est estimée à 48 % pour l'ensemble de l'année 2005.

• avec Neuf Télécom : TPS a lancé en mai 2005 4 forfaits par la ligne téléphonique pour les clients de Neuf Télécom via le décodeur Neuf TV.

• avec Alice : L'intégralité de l'offre TPS était disponible sur le service TV d'Alice en novembre 2005.

Le développement de nouveaux services

TPS a innové en 2005 pour offrir à ses abonnés des services en exclusivité à la pointe des innovations technologiques :

La télévision en haute définition

TPS optimise la qualité de diffusion de ses programmes en développant la Haute Définition (HD). Une option TPS HD a été mise en place par le bouquet fin novembre, plus de 7 000 abonnés y ont souscrit. L'ensemble des abonnés souscripteurs devrait être équipé de terminaux HD à la fin du mois de mars. Les clients sont très satisfaits* de cette nouvelle offre : pour 92 % des abonnés « l'arrivée de programmes en HD leur donne envie de rester abonnés à TPS », 83 % des abonnés sont « très intéressés par les futurs programmes proposés en HD »*. Cette nouvelle offre valorise l'image de TPS et renforce la motivation d'abonnement, ainsi 95 % des abonnés perçoivent TPS « comme un opérateur en avance sur le plan technologique ».

Un service de vidéo à la demande

Le 15 novembre 2005, TPS a lancé son service de vidéo à la demande (VOD) et offre ainsi une nouvelle possibilité d'accéder à une sélection de films récents, à tout moment et en fonction de ses envies. Deux boutiques existent : tpsvod.fr et multivision-vod.fr.

La télévision mobile

En octobre 2005, TPS a initié la télévision mobile (Edge avec Bouygues Télécom et DVB-H avec Orange et Bouygues Télécom). Au 31 décembre 2005, 13 239 essayistes pouvaient regarder l'offre TPS sur leur mobile.

** Source : Étude Panel On The Web, du 10 au 20 février 2006, auprès de 191 abonnés ayant réservé un terminal HD.*

ZOOM SUR...

L'accord TPS/Vivendi

Les groupes M6 et TF1, actionnaires de TPS à hauteur respectivement de 34 % et 66 %, ainsi que le groupe Vivendi Universal, actionnaire du Groupe Canal +, ont annoncé en décembre un projet visant à opérer le rapprochement industriel de leurs activités de télévision payante.
Jusqu'alors, les 2 plates-formes de distribution françaises TPS et CanalSat se trouvaient en situation de concurrence directe. Le contexte du marché et ses grands équilibres sont aujourd'hui bouleversés par plusieurs phénomènes : l'évolution rapide des technologies numériques de distribution, le développement des offres gratuites, l'arrivée de nouveaux acteurs puissants (opérateurs de télécommunication, fournisseurs d'accès à Internet) sur le marché de la télévision payante, et un cadre réglementaire qui ne s'applique pas de la même manière à tous les acteurs.
L'objectif de cet accord est de constituer un nouvel ensemble disposant d'une taille critique pour affronter cette nouvelle concurrence, en développant une offre de télévision payante enrichie et compétitive, au bénéfice des consommateurs.
L'accord signé le 6 janvier 2006 est soumis à l'approbation des autorités françaises de la concurrence.

Rapport financier

Sommaire

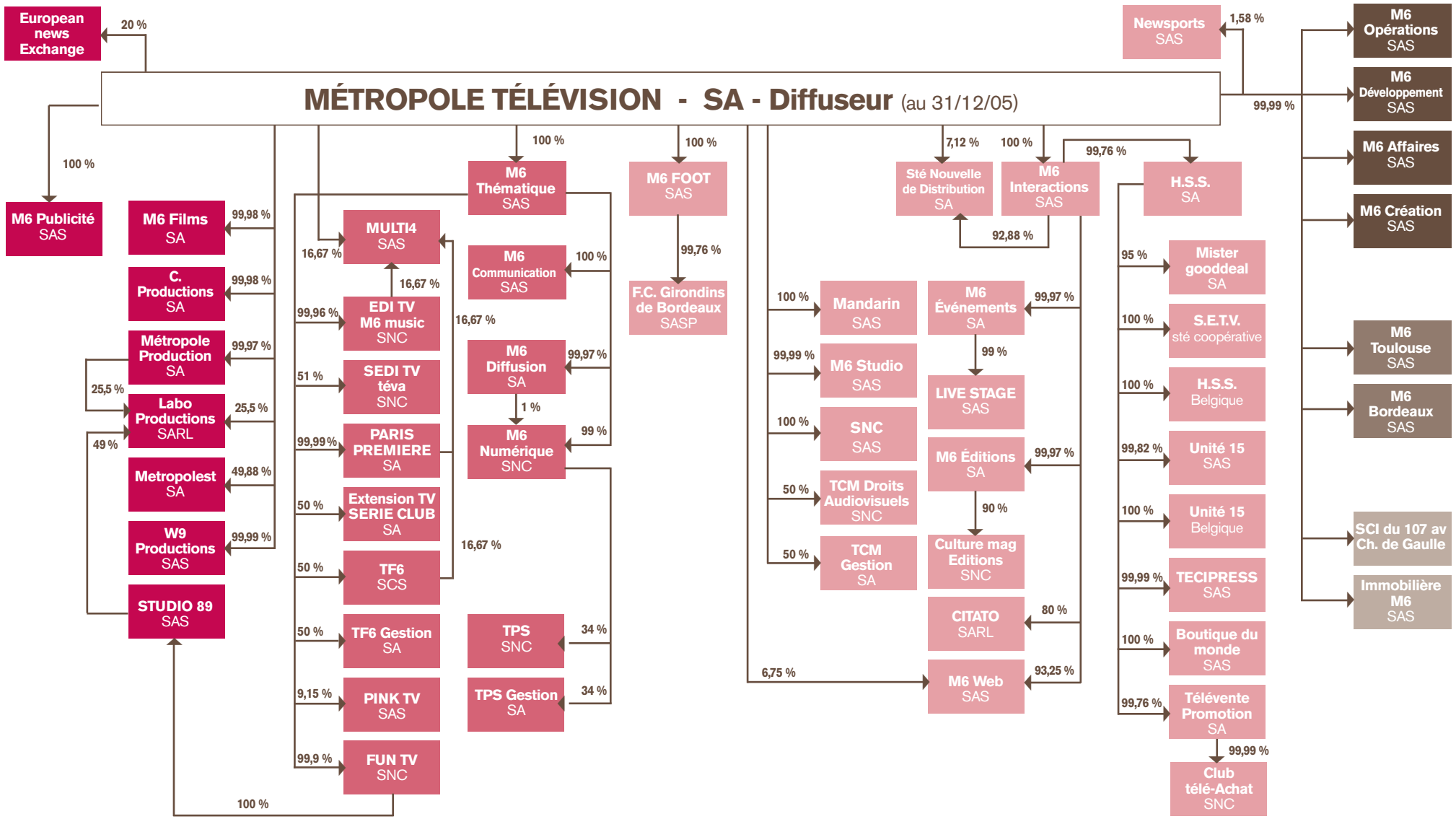
Organigramme 74

Rapport de gestion 75

Informations financières 123
A. Comptes consolidés IFRS 2005 124
B. Annexes aux comptes consolidés 129
C. Comptes sociaux IFRS 2005 180
D. Annexes aux comptes sociaux 184

Informations juridiques 203
1. Gouvernement d'entreprise 204
2. Renseignements concernant la société et son capital 224
3. Assemblée Générale 236
4. Table de concordance AMF 244

Organigramme



Rapport financier

Rapport de gestion

1. Présentation du Groupe en 2005 76
2. Présentation des activités et des résultats 2005 82
3. Structure financière et tableau des flux de trésorerie 93
4. Politique de gestion de trésorerie 94
5. Politique d'investissements 95
6. Engagements hors bilan 95
7. Événements significatifs survenus depuis le 1er janvier 2006 96
8. Perspectives 2006 96
9. Intégration fiscale 96
10. Changement de méthode comptable 97
11. Respect des obligations légales et de la convention 97
12. Capital 97
13. Les facteurs de risques et leur gestion 111
14. Contrats importants des 24 derniers mois 116
15. Ressources humaines 116
16. Faits exceptionnels et litiges 119
17. Honoraires des Commissaires aux Comptes 120
18. Document d'information annuel 121
19. Autres mentions 122

1. Présentation du Groupe en 2005

1.1. Périmètre

En 2005, le Groupe a renforcé ses positions dans les activités de Diversifications avec pour conséquences les modifications de périmètre suivantes :

Vente à Distance

Le 15 novembre 2005, HSS a procédé à l'acquisition de 95 % du capital de la société Mistergooddeal, l'un des principaux acteurs français du e-commerce et leader du déstockage de grandes marques sur Internet.
Cette acquisition constitue une opportunité majeure de soutenir le développement des activités de vente à distance du Groupe. Mistergooddeal est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 15 novembre 2005 selon la méthode de l'intégration globale.
Le Groupe a consenti une promesse d'achat sur les 5 % résiduels détenus par l'équipe dirigeante.

Dans le souci de rationaliser son offre et son portefeuille de participations, HSS a par ailleurs cédé dans l'année ses participations conjointes ou minoritaires :

- Le 19 juillet 2005, HSS a cédé sa participation de 20 % dans RTL Shop, société de « télé shopping » en Allemagne, à RTL Interactive GmbH (Groupe RTL). L'investissement dans RTL Shop était jusqu'en 2004 comptabilisé selon la méthode de mise en équivalence.
- Le 14 octobre 2005, HSS a cédé les 50 % détenus dans Home Travel Services, société co-développée avec un voyagiste et consolidée jusqu'à la date de sa cession selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Éditions

Le 1er août 2005, M6 Interactions a acquis 80 % de la société Citato, éditrice d'un magazine gratuit distribué à environ 200 000 exemplaires auprès des jeunes de 15 à 20 ans et présentant un panorama de la presse française à travers une sélection mensuelle d'articles des grands titres de presse.
Citato est consolidée depuis le 1er août 2005 dans les comptes du Groupe selon la méthode de l'intégration globale.
Le Groupe s'est engagé à procéder à l'acquisition des 20 % conservés par les fondateurs en 2007.

Droits Audiovisuels

Le 29 avril 2005, M6 a acquis auprès de la société Bayard d'Antin (Groupe RTL) 100 % de la Société Nouvelle de Cinématographie (« SNC »).
Avec SNC qui détient un catalogue de plus de 400 titres, composé pour partie de grands succès ou de classiques du cinéma français, le Groupe renforce significativement ses activités de gestion et de distribution de droits audiovisuels.
Le Groupe consolide SNC selon la méthode de l'intégration globale depuis le 1er avril 2005, la transaction ayant été arrêtée sur les comptes de SNC établis au 31 mars 2005.

Une simplification des structures juridiques de ce pôle Droits Audiovisuels a en outre conduit à la dissolution-confusion le 1er juillet 2005 de M6 DA dans SND.

Chaînes numériques

L'année 2005 a également vu le lancement, le 31 mars 2005, de M6 Music (Edi TV) sur la TNT sous le nom de W9. L'offre de programmes à destination des jeunes adultes est largement musicale mais inclut également la diffusion de séries, de films et de divertissements.

Le Groupe a en outre enrichi son portefeuille de chaînes musicales diffusées sur le câble et le satellite avec le lancement le 10 janvier 2005 de M6 Music Rock et de M6 Music Black, puis en mars 2005, de M6 Music Hits. Ces trois chaînes sont portées par la société M6 Communication consolidée selon la méthode de l'intégration globale depuis le 1er janvier 2005.

Enfin l'application des IFRS a entraîné l'extension du périmètre de consolidation à des sociétés non significatives ou sans activité. Ces sociétés, consolidées selon la méthode de l'intégration globale, sont :

- M6 Création, M6 Opération, M6 Développement et M6 Affaires (sociétés sans activité détenues à 100 %) ;
- Labo Prod, société de production, détenue à 100 % depuis le second semestre après rachat des 49 % précédemment détenus par des minoritaires ;
- Multiplex R4, GIE détenu à 58,35 % et assurant toutes les opérations techniques nécessaires à la transmission et la diffusion en mode hertzien numérique terrestre (TNT) des programmes de six chaînes (M6, W9, Paris Première, TF6, AB 1 et NT 1) sur la ressource radioélectrique R4 attribuée par le CSA.

En revanche, consécutivement au projet de rapprochement industriel dans la télévision payante entre TPS et le Groupe Canal + annoncé le 16 décembre 2005 et signé le 6 janvier 2006 et en application d'IFRS 5 « actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées », TPS,

précédemment consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle, est traitée en 2005 comme un actif destiné à être cédé. Ainsi, elle fait l'objet d'une présentation spécifique, sa contribution nette arrêtée au 31 décembre 2005 dans les états financiers étant présentée séparément des activités poursuivies.

1.2. Le Groupe M6 en 2005

1.2.1. Faits marquants

Le Groupe M6 aura réalisé en 2005 une nouvelle année de croissance de ses activités et ses résultats, ayant su anticiper les évolutions de son environnement concurrentiel, saisir des opportunités pour renforcer ses positions, et lancer de nouveaux relais de croissance.

Des audiences en croissance

En dépit d'une concurrence des « Autres TV » qui n'a jamais été aussi vive, accentuée par l'arrivée de nouvelles chaînes gratuites en numérique dans le cadre du lancement de la TNT, la chaîne M6 a enregistré en 2005 de très bonnes performances d'audience.
La part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et + a progressé de 0,1 point pour atteindre 12,6 %, tandis que sur la cible privilégiée des ménagères de moins de 50 ans, la part d'audience s'établit à 19,1 % contre 18,6 % en 2004. Cette progression significative de 0.5 point de part d'audience permet à M6 d'égaler son record d'audience des années 2001 et 2002, et de confirmer son rang de 2e chaîne nationale sur cette cible.
S'affirmant comme une chaîne généraliste, M6 a réussi en 2005 à fédérer un public élargi : ainsi, 26 soirées ont attiré plus de 5 millions de téléspectateurs (contre 17 en 2004), et 90 soirées ont réuni plus de 4 millions de téléspectateurs (contre 66 en 2004).

Une programmation fédératrice

Ces soirées puissantes sont le reflet d'une programmation qui a réussi le pari de mêler savoir-faire, créativité, innovation, exclusivité et évènement pour séduire un public familial.

Dans tous les genres de programmes, de nombreux succès ont ainsi été enregistrés :

L'information : les programmes emblématiques de la chaîne encore plus performants

L'expertise et la différence de M6 en matière d'information sont plébiscitées par un large public : les rendez-vous référents, *Capital* et *Zone Interdite*, continuent de progresser, et réunissent en moyenne 200.000 téléspectateurs de plus le dimanche en 2005 par rapport à 2004. Le *Six Minutes* demeure le deuxième journal d'info de soirée le plus regardé par les moins de 50 ans.

La fiction française : une année de records

Axe important de développement de l'offre de programmes, les fictions françaises, grâce à une écriture à la fois originale et familiale, ont rencontré un vif succès, avec 5,4 millions de téléspectateurs pour *Merci les enfants vont bien* et *On ne prête qu'aux riches*. *Kaamelott*, qui a succédé à *Caméra Café* sur les formats courts, réalise sa meilleure audience avec 5,6 millions de téléspectateurs pour sa seconde saison.

Le sport : une nouvelle étape

En 2005, M6 a accru son implication dans le football avec la diffusion du parcours de l'Olympique de Marseille dans la Coupe de l'UEFA et le lancement du magazine 100 % Foot. 4 millions de téléspectateurs ont ainsi suivi le dernier match de poule de l'OM, et 500 000 téléspectateurs en moyenne ont regardé 100 % Foot le dimanche à minuit.

Les émissions événement : des rendez-vous incontournables

M6 a créé l'événement en 2005 avec des émissions qui ont fortement marqué le public.
La Nouvelle Star, pour sa troisième saison, a enregistré un record historique avec 6,5 millions de téléspectateurs, le document *Hitler, la folie d'un homme* a rassemblé 4,6 millions de téléspectateurs et *Oui Chef !*, une nouvelle émission, a réuni en moyenne 4,3 millions de téléspectateurs.

Les magazines : proximité et divertissement

M6 a conquis les téléspectateurs avec de nouvelles écritures qui mettent en perspective les faits de société et le quotidien sous un angle pédagogique et ludique. *Super Nanny* et *C'est du propre* ont attiré respectivement jusqu'à 5 millions et 4,6 millions de téléspectateurs.

Les séries internationales : le succès des exclusivités

M6 confirme une fois de plus son positionnement de chaîne de référence en matière de séries avec le lancement de 13 nouvelles séries telles que *Les 4400* et *Nip Tuck*. M6 a réalisé sa meilleure audience historique pour une série avec la soirée de lancement de la saison 1 des *4400* (6,3 millions de téléspectateurs), et *NCIS Enquêtes Spéciales* a également battu son record cette année avec 6,2 millions de téléspectateurs.

Le cinéma : créer l'événement

En diffusant les 5 épisodes de la saga *Star Wars* lors de la sortie en salles de *La revanche des Sith*, M6 a rassemblé en 6,5 millions de téléspectateurs en moyenne, réalisant ainsi son meilleur score sur la case du lundi soir.

Fort de ces succès, M6 poursuivra en 2006 une stratégie de programmation offensive, qui s'attachera à offrir plus de sport, plus d'information et plus de fiction, tout en poursuivant le développement de concepts novateurs et originaux aux côtés des programmes emblématiques de la chaîne.
En janvier 2006, le lancement réussi du *12'50*, nouveau rendez-vous d'information de la mi-journée présenté par Anne-Sophie Lapix, le succès de *Pékin Express*, diffusé le dimanche en fin de journée et les performances des *4400* saison 2 illustrent la pertinence de cette stratégie et permettent à M6 d'être la seule chaîne à progresser sur la cible des ménagères de moins de 50 ans, avec une part d'audience de 19,6 % contre 19,1 % en janvier 2005.

Une performance publicitaire remarquable

L'année publicitaire de la chaîne M6 s'est achevée sur une croissance de 4,0 % de ses recettes publicitaires nettes, performance remarquable dans un marché publicitaire dont la progression des investissements bruts en télévision aura été limitée à 0,3 %.

La croissance du marché a été pénalisée par le fort repli des investissements des secteurs traditionnels de grande consommation, et notamment de l'Alimentation, reflétant les incertitudes créées pour ces industriels par la réforme de la loi Galland. Les secteurs de grande consommation (Alimentation, Toilette/Beauté et Entretien) ont concentré 43,9 % des investissements publicitaires TV, contre 46 % en 2004.
A contrario, les secteurs de Télécoms, des Services et de l'Automobile ont accru leurs investissements publicitaires en télévision, en privilégiant M6, qui enregistre avec ces annonceurs une croissance supérieure à celle du marché.

La chaîne a attiré en 2005 un nombre croissant d'annonceurs autour de ses programmes, avec une progression de 158 marques sur l'antenne. M6 a en 2005 enregistré une croissance de 1,1 point de sa part de marché publicitaire brute, qui s'établit à 23,2 %, niveau record depuis la création de la chaîne.

Une année offensive pour les chaînes et la télévision numériques

Les chaînes numériques du Groupe ont connu une année 2005 riche en événements, avec notamment :

- le lancement de nouvelles chaînes musicales, M6 Music Hits, Black et Rock au cours du 1er trimestre 2005,
- le lancement de W9 en TNT gratuite le 31 mars, la chaîne étant reçue sur l'ensemble des foyers abonnés à une offre de télévision satellite, câble numérique et ADSL, ainsi qu'aux abonnés en téléphonie mobile 3G (Orange et SFR).

Grâce à une offre de programmes chaque année plus attractive, dans un contexte de développement de l'offre de complément, le portefeuille de chaînes a continué à progresser en termes d'audience et de foyers abonnés.

Les recettes publicitaires des chaînes ont enregistré une progression de 11,7 %, et en dépit des frais de lancement de W9 et des coûts de réaménagement des fréquences hertziennes dans le cadre du déploiement de la TNT, la contribution des chaînes thématiques au résultat opérationnel s'est améliorée. Paris Première, acquise à 100 % en mai 2004, a réalisé en 2005 son premier exercice d'exploitation équilibré.

S'agissant de **TPS**, l'accord annoncé entre les groupes Vivendi Universal, TF1 et M6 en décembre 2005 vise à rapprocher leurs activités de télévision payante en France. Les objectifs de cet accord sont de créer une offre renforcée et enrichie pour les consommateurs, d'élargir et de dynamiser le marché français de la télévision payante, tout en conférant au nouvel ensemble une taille critique lui permettant de répondre aux bouleversements des grands équilibres de son marché. La mise en place de cet accord est organisée de la façon suivante :

1. Dans un premier temps, Vivendi Universal s'est engagé à acquérir en tout état de cause, une participation de 18 % dans TPS. Cette participation, après annulation de la dette de TPS, sera ramenée à 15 %. Vivendi Universal a versé, à cet effet, une avance de 150 millions d'euros à TF1 et M6 début janvier 2006. Pendant cette période, TPS et Groupe Canal+ conservent leur autonomie de gestion et d'action.

2. Dans un second temps, après approbation des autorités concernées, l'avance des150 millions d'euros serait remboursée à Vivendi Universal. Vivendi Universal acquerrait alors, par échange de participations sans soulte, 85 % d'un nouvel ensemble constitué de Groupe Canal+ et de TPS. Les participations de TF1 et de M6 dans ce nouvel ensemble seraient respectivement de 9,9 % et de 5,1 %.

3. TF1 et M6 resteraient actionnaires du nouvel ensemble pour un minimum de 3 ans après la finalisation de l'opération. TF1 et M6 disposeraient, à l'expiration de ce délai, d'une option de vente à valeur de marché leur permettant de bénéficier à plein du dynamisme du nouvel ensemble. Cette option de vente serait assortie d'un montant minimum garanti de 1,13 milliard d'euros pour 15 %, soit une valorisation globale de 7,5 milliards d'euros pour le nouvel ensemble.

La faculté pour Lagardère, partenaire de Groupe Canal+ au sein de CanalSat, de devenir actionnaire d'un ensemble comprenant les activités de télévision payante de Groupe Canal+ et de TPS sans diluer les participations de TF1 et de M6, a été confirmée par l'accord rendu public le 17 février 2006, qui prévoit la montée de Lagardère au capital du nouvel ensemble à hauteur de 20 %, avec une option d'achat sur 14 % supplémentaires 3 ans après la réalisation de l'opération.

Une stratégie de diversification accélérée

La stratégie de diversifications du groupe, axée autour l'antenne et de la marque M6, a été déployée en 2005 en vue d'accélérer le développement des activités et des canaux de distribution de produits et de diffusion de contenus. Cette stratégie s'est matérialisée par la mise en place de **nouveaux relais de croissance,** avec notamment :

- **M6 mobile by Orange**, accord de téléphonie mobile annoncé début 2005, a été commercialisé à compter du mois de juin, avec une offre attractive à destination des jeunes. À fin 2005, M6 mobile by Orange comptait déjà 227 000 abonnés, soit plus du double de l'estimation initiale. Pour sa première année, M6 mobile by Orange contribue déjà positivement aux résultats du Groupe.
- L'acquisition de 95 % de **Mistergooddeal.com** va constituer un nouveau vecteur de croissance pour les activités de Vente à Distance du Groupe. Grâce au positionnement de Mistergooddeal.com sur le marché porteur du e-commerce, le Groupe dispose d'un pôle de Vente à Distance désormais multicanal, avec une dimension significative, puisque le chiffre d'affaires 2006 des activités de télé-achat et d'e-commerce du Groupe M6 devrait dépasser 200 M€.

Renforcées par l'acquisition de *Citato* et le lancement du magazine *Auto-Turbo*, les activités du pôle **M6 Interactions** ont enregistré une année contrastée, où malgré de beaux succès de ventes, notamment sur le Disque, le chiffre d'affaires et le niveau de rentabilité se sont inscrits en repli.

M6 Web a poursuivi sa croissance sur l'ensemble de ses activités : publicité Internet, services Internet, interactivité, contenus mobiles.

Le Football Club des Girondins de Bordeaux a, comme prévu, renoué avec l'équilibre financier, et entamé une saison sportive 2005/2006 avec une équipe remaniée et performante.

Le pôle droits audiovisuels a été renforcé avec l'acquisition du catalogue SNC. Les activités de distribution et de vente de droits, qu'il s'agisse de cinéma, vidéo ou télévision, ont enregistré de bonnes performances en 2005, permettant une nette amélioration des résultats.

1.2.2. Compte de résultat consolidé

L'application de l'IFRS 5 en lien avec le projet de rapprochement de TPS avec le Groupe Canal + a pour conséquence une modification significative de la présentation du compte de résultat du Groupe.

Au regard des normes comptables, la transaction, à sa date de réalisation, s'assimilerait à une cession de 34 % de TPS concomitante à une prise de participation pour 5,1 % dans le nouvel ensemble. En conséquence, dès le 31 décembre 2005 et en conformité avec l'IFRS 5, *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées*, TPS est requalifiée en actif en cours de cession.
Il en résulte que le compte de résultat du Groupe est présenté pour 2004 et 2005 en distinguant le compte de résultat des activités poursuivies de la contribution de TPS, nette des transactions avec les autres sociétés du Groupe.

En 2005, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 1 274,7 M€ en progression de 6,4 %. Hors TPS, le chiffre d'affaires s'élève à 1 079,9 M€ contre 1 012,2 M€ en 2004, en croissance de + 6,7 % (+ 4,6 % à périmètre comparable).

Les recettes publicitaires de la chaîne M6 ont progressé de 4,0 % pour s'établir à 625,5 M€, notamment portées par le secteur des télécommunications et des services.

Le chiffre d'affaires des chaînes numériques progresse de + 25,9 % à 64,6 M€, compte tenu d'un effet périmètre (Paris Première en année pleine en 2005) qui pèse pour + 15 %, du renforcement de l'offre (la trilogie M6 Music, W9 en TNT) et d'un accroissement des recettes publicitaires.

Le pôle diversifications et droits audiovisuels réalise un chiffre d'affaires de 380,3 M€, en croissance de 8,0 %. Cette progression s'établit à 3,9 % à périmètre constant, les acquisitions de Mistergooddeal et SNC apportant sur l'année 13,2 M€ et1,1 M€ de chiffre d'affaires respectivement.
Le dynamisme des activités nouvelles (M6 mobile représentant 10,1 M€ de chiffre d'affaires), de l'interactivité (en croissance de 22,5 %) et les bonnes performances de ventes de droits compensent la diminution de chiffre d'affaires de M6 Interactions qui pâtit d'un fléchissement des recettes de l'activité musicale.

La contribution de TPS au chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 194,8 M€ contre 185,4 M€. Cette progression de + 5,1% s'explique par l'amélioration combinée de l'ARPU et du nombre moyen d'abonnés en lien avec le fort niveau de recrutement fin 2004, dont le plein effet pèse favorablement en 2005.

Compte tenu de la relative stabilité des autres produits, le total des produits opérationnels consolidés s'élève à 1 326,8 M€ (1 130,7 M€ hors TPS), en progression de 5,9 %.

Hors plus-value sur cession d'immobilisations et perte de valeur sur les actifs non amortissables, les charges opérationnelles des activités poursuivies progressent de 55,6 M€ (+ 6,5 %). Avec TPS, dont les charges opérationnelles sont stables d'un exercice sur l'autre, elles s'établissent à 1 097,0 M€.

Cette croissance est en majeure partie liée aux consommations et autres charges opérationnelles qui y contribuent pour + 47,9 M€ (+ 8,3 %) hors TPS.

Les sociétés achetées dans l'exercice, notamment Mistergooddeal dont les coûts opérationnels sont essentiellement constitués des coûts d'achat des marchandises vendues, ainsi que les nouveaux développements comme M6 mobile ont contribué à cette variation pour + 17,9 M€.
Les autres charges opérationnelles intègrent également le surcoût lié à la TNT compte tenu du renchérissement des coûts de diffusion mais également des coûts de réaménagement des fréquences.
Le solde de la variation est lié à l'évolution de l'activité, notamment à la progression des consommations de programmes (droits stockés et programmes de flux). Le coût total de la grille M6 n'en reste pas moins maîtrisé avec une hausse limitée à + 3,9 %.
Par ailleurs, TPS enregistre un léger recul de ses consommations et autres charges opérationnelles (– 2,9 M€ soit – 1,8 %).

Les charges de personnel augmentent de + 12,2 M€ hors TPS (+ 8,1%) et de + 15,2 M€ avec TPS (+ 9,1%).
La signature d'un accord d'intéressement, l'amélioration de la réserve de participation compte tenu de la progression de l'activité et la poursuite de la politique de rémunérations à travers des plans d'option d'achat et de souscription d'actions dont l'impact sur le résultat est mesuré en conformité avec IFRS 2 (paiement fondé sur des actions) contribuent aussi à l'augmentation.
Les charges de personnel du FC Girondins de Bordeaux ont été contenues et ne progressent que de + 0,6 M€ (+ 2,8 %).
Le solde de la croissance résulte pour une très grande part de la variation de l'effectif hors FC Girondins de Bordeaux (+ 47 personnes dans le périmètre hors TPS).

Les éléments non récurrents que constituent plus ou moins values sur cession d'immobilisations et pertes de valeur sur actifs non amortissables ont eu un impact positif sur le résultat operationnel de 12,5 M€, soit + 16,1 M€ par rapport à 2004.

Seul l'écart d'acquisition Boutiques du Monde a fait l'objet d'une dépréciation en 2005 pour – 0,8 M€ alors qu'en 2004, la somme des dépréciations s'élevait à – 3,6 M€.

En outre, les plus-values consolidées constatées sur les cessions de RTL Shop et Home Travel Services, intervenues respectivement le 19 juillet 2005 et le 14 octobre 2005, s'élèvent à + 13,3 M€.

Le résultat opérationnel du groupe atteint 242,3 M€ en progression de + 16,3 %. Hors TPS, il s'élève à + 233,6 M€ contre + 207,8 M€ en 2004, en hausse de 12,4 %.

Hors plus-value de cession et pertes de valeur sur actifs non amortissables, ce résultat s'établit en 2005 à 229,8 M€ contre 212,0 M€ en 2004. La part de TPS dans cette performance s'élève à 8,7 M€ en 2005 contre 0,6 M€ en 2004.

Le résultat financier des activités poursuivies s'établit à + 2,7 M€ en retrait de - 1,3 M€ par rapport à 2004. Le résultat financier de TPS reste négatif à – 0,9 M€ mais avec une amélioration de + 3,0 M€ par rapport à 2004.

Le résultat des activités poursuivies intègre néanmoins une perte de valeur d'actifs financiers (titres de participation) pour – 2,5 M€. Retraité de cette perte, le résultat progresse sous l'effet conjugué de l'augmentation des produits de la trésorerie et de l'impact positif de la réévaluation des instruments financiers.
La réduction de la perte financière de TPS résulte d'un moindre coût de l'endettement d'une part, d'une variation favorable de la juste valeur des instruments financiers d'autre part.

L'impôt sur les sociétés comptabilisé en 2005 pour les activités poursuivies s'élève à 85,1 M€ contre 80,8 M€ en 2004. L'impôt constaté au titre de TPS est en 2005 une charge de 2,7 M€.

Le taux d'imposition apparent s'établit à 36,0 % contre 38,3 % en 2004 compte tenu de la baisse du taux d'imposition (-0,5 points) et de la fiscalité différée, et notamment de la non-activation des reports déficitaires de Paris Première en 2004.

TPS est une SNC dont les résultats sont en conséquence imposés chez ses associés. L'impôt retenu dans le compte de résultat de TPS correspond à l'économie ou à la charge d'impôt théoriques résultant de l'intégration du résultat fiscal de TPS dans le résultat fiscal du Groupe.

Le résultat net des activités poursuivies (hors TPS et minoritaires) s'élève à + 151,2 M€. Le Groupe enregistre ainsi une croissance de près de 16 % de sa performance et affiche un ratio résultat net/chiffre d'affaires de 14,0 % contre 12,9 % en 2004.

Compte tenu des minoritaires (– 0,1 M€ en 2005) et avec TPS, le résultat net part du groupe s'élève à + 156,2 M€, contre + 128,8 M€ en 2004, en croissance de + 27,4 M€ (+ 21,3 %).

1.2.3. Compte de résultat consolidé analytique

En application de l'IFRS 14, nous vous présentons la contribution des segments au résultat opérationnel consolidé (EBIT) du Groupe, avec les principales évolutions suivantes :

Le segment Antenne M6 pèse pour 201,3 M€ dans cet agrégat en recul de – 3,5 % par rapport à 2004, la progression de la marge brute de la grille n'absorbant pas l'augmentation des charges indirectes.

Le segment des chaînes numériques représente une

perte opérationnelle de – 3,8 M€, en amélioration par rapport à celle enregistrée en 2004 (– 4,9 M€ dont – 7,8 M€ de restructuration Paris Première). 2005 a néanmoins été significativement affecté par le développement de W9 qui pèse pour – 6,8 M€ et le surcoût TNT chez Paris Première et TF6 pour – 2,3 M€.

Le segment des Diversifications et Droits Audiovisuels progresse fortement avec une contribution de 38,1 M€ au résultat opérationnel consolidé (incluant la cession de RTL Shop pour 13,3 M€).

Cette performance est d'une part liée au redressement du FC Girondins de Bordeaux qui dégage un résultat opérationnel de + 1,5 M€ contre – 8,6 M€ en 2004.

Par ailleurs, la progression de l'interactivité avec M6 mobile et M6 Web, de la vente à distance avec la solidité des performances de HSS et l'intégration de Mistergooddeal et des Droits Audiovisuels, qui bénéficient de succès salle, vidéo et de la demande du marché en droits de diffusion, permet de compenser une performance en recul pour les activités portées par M6 Interactions et ses filiales.

Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'option d'achat et de souscription d'actions et à des éliminations de consolidation non affectables à un segment. Le montant total de ce poste est resté stable d'un exercice sur l'autre.

Les activités en cours de cession (TPS) enregistrent une forte croissance de leur contribution au résultat opérationnel consolidé, à 8,7 M€ contre 0,6 M€ en 2004, sous l'effet d'une bonne maîtrise des coûts (conquête d'abonnés, droits sportifs).

Pour mémoire, l'EBITA correspond au résultat opérationnel courant, et est défini comme le résultat opérationnel avant prise en compte de la perte de valeur des actifs non amortissables et des plus- values sur cession d'immobilisations.

	2005	2004	Variation 2005/2004	
En M€			En M€	En %
Antenne M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	625,5	601,2	24,3	4,0 %
Chiffre d'affaires - autres activités	9,5	7,5	2,0	27,0 %
EBITA	201,3	208,7	(7,4)	-3,5 %
Chaînes Numériques				
Chiffre d'affaires	64,6	51,3	13,3	25,9 %
EBITA	(3,8)	(4,9)	1,1	-21,8 %
Diversifications et droits audiovisuels				
Chiffre d'affaires	380,3	352,2	28,1	8,0 %
EBITA	25,6	9,8	15,8	162,1 %
Eliminations et résultats non affectés	(2,0)	(2,1)	0,1	-7,1 %
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	**1 079,9**	**1 012,2**	**67,7**	**6,7 %**
Chiffre d'affaires des activités en cours de cession (TPS)	194,8	185,4	9,4	5,1 %
Chiffre d'affaires du Groupe	**1 274,7**	**1 197,6**	**77,1**	**6,4 %**
EBITA des activités poursuivies	**221,1**	**211,4**	**9,7**	**4,6 %**
EBITA des activités en cours de cession (TPS)	8,7	0,6	8,1	N/S
EBITA du Groupe	**229,8**	**212,0**	**17,8**	**8,4 %**
Perte de valeur des actifs non amortissables	(0,8)	(3,6)	2,8	
Plus-value sur cessions d'immobilisations	13,3	-	13,3	
Résultat opérationnel (EBIT)	**233,6**	**207,8**	**25,8**	**12,4 %**
Résultat financier des activités poursuivies	2,7	4,0	(1,3)	
Résultat financier des activités en cours de cession (TPS)	(0,9)	(3,9)	3,0	
Part dans les Mises en Équivalence	-	(0,6)	0,6	
Résultat avant impôt	**235,4**	**207,3**	**25,1**	**12,1 %**
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(85,1)	(80,8)	(4,3)	
Impôt sur le résultat des activités en cours de cession (TPS)	(2,7)	1,2	(3,9)	
Résultat net des activités ordinaires	**151,2**	**130,4**	**20,7**	**15,9 %**
Résultat net des activités en cours de cession (TPS)	**5,1**	**(2,1)**	**7,2**	**N/S**
Résultat net	**156,3**	**128,3**	**27,9**	**21,8 %**
Part des minoritaires	(0,1)	0,5	(0,6)	
Résultat net part du Groupe	**156,2**	**128,8**	**27,3**	**21,3 %**

2. Présentation des activités et des résultats 2005

2.1. Antenne M6

	31/12/05			31/12/04			variation 2005/2004		
En M€	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA
Chaîne	642,4	625,5	161,3	613,7	601,2	164,4	28,8	24,3	(3,1)
M6 Publicité (Régie)	61,1	2,4	40,4	57,0	2,1	41,3	4,1	0,3	(1,0)
M6 Films	1,9	1,8	(1,5)	1,5	1,5	(0,6)	0,4	0,3	(0,9)
Sociétés de Production	65,4	5,2	(1,3)	67,4	3,7	1,4	(1,9)	1,5	(2,7)
Sociétés Immobilières	8,0	0,1	2,5	7,5	0,2	2,2	0,4	(0,1)	0,3
Autres	0,9	-	-	-	-	-	0,9	-	-
Éliminations intra-segment	(117,5)	-	-	(117,7)	-	-	0,2	-	-
Antenne M6	**662,2**	**635,0**	**201,3**	**629,3**	**608,7**	**208,7**	**32,9**	**26,3**	**(7,4)**

2.1.1. L'antenne

En M€	2005	2004	Variation 2005 / 2004 En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	625,5	601,2	24,3	4,0 %
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	15,2	10,6	4,5	42,3 %
Coût de la régie - quote-part M6	(17,5)	(15,8)	(1,7)	10,5 %
Taxes et droits d'auteurs	(66,2)	(60,9)	(5,3)	8,7 %
Coûts de diffusion	(37,1)	(34,6)	(2,6)	7,4 %
Recettes nettes diffuseurs	**519,9**	**500,6**	**19,3**	**3,9 %**
Coût de la grille	(258,4)	(248,6)	(9,8)	3,9 %
Marge Brute de la grille	**261,5**	**252,0**	**9,5**	**3,8 %**
Marge brute de la grille en %	50,3 %	50,3 %		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(65,0)	(53,1)	(11,9)	22,3 %
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	5,1	6,8	(1,7)	-25,5 %
EBITA des autres filiales de l'Antenne M6	(0,3)	3,0	(3,3)	
EBITA du segment	**201,3**	**208,7**	**(7,4)**	**-3,5 %**

Glossaire

Recettes nettes diffuseurs : *elles comprennent le chiffre d'affaires publicitaire réalisé par la chaîne M6, diminué du coût net des prestations de la régie M6 Publicité (quote-part de la chaîne), des prélèvements obligatoires proportionnels au chiffre d'affaires et du coût de diffusion.*
Coût de la grille : *il correspond au coût des programmes diffusés sur la chaîne M6 (ces programmes peuvent être soit achetés, soit produits ou coproduits). Ces coûts comprennent les charges relatives aux droits de diffusion invalides ou improbables.*
Marge brute de la grille : *la marge brute de la grille correspond à la différence entre les recettes nettes diffuseurs et le coût de la grille.*

M6 Métropole Télévision (SA)

M6 Métropole Télévision, société mère du Groupe M6, diffuse la chaîne M6. Elle en détermine la stratégie de programmation, la politique d'acquisition ou de production des programmes et la structure de la grille. M6 encaisse le chiffre d'affaires des écrans publicitaires et de parrainage diffusés à l'antenne.
M6 Métropole Télévision définit les orientations stratégiques des différentes entités du Groupe et gère les fonctions transversales de support. Les actifs économiques stratégiques du Groupe sont majoritairement détenus par la maison-mère.

La chaîne a enregistré en 2005 une progression de 4,0 % de ses recettes publicitaires, qui s'établissent à 625,5 M€. La progression du coût de la grille s'établit à 3,9 %.
La contribution de la chaîne au résultat opérationnel consolidé atteint 161,3 M€, avec notamment des charges accrues en matière de coûts de diffusion.

La régie publicitaire M6 Publicité (SAS)

M6 Publicité recueille et commercialise pour le compte du Groupe Métropole Télévision la publicité et le parrainage diffusés à l'antenne. Elle gère aussi la publicité de 20 chaînes thématiques.
À cet effet M6 Publicité réalise l'ensemble des études commerciales et marketing permettant aux chaînes d'améliorer l'efficacité de leurs programmations.

La régie publicitaire, dont l'essentiel de l'activité est réalisé avec la chaîne M6 et les autres sociétés du Groupe, a contribué à hauteur de 40,4 M€ au résultat opérationnel du Groupe.

2.1.2. Les autres activités de télévision gratuite

La production cinématographique

M6 Films (SA)

M6 Films coproduit des films cinématographiques français et européens, dont elle gère également le préachat des droits de télédiffusion pour M6. Cette activité entre dans le cadre de l'obligation d'investissement de 3,2 % du chiffre d'affaires publicitaire net de la chaîne dans la production cinématographique française et européenne.

Pour 2005, les investissements correspondants à cette obligation se sont élevés à 16,7 M€, en hausse de 4 % par rapport à 2004, permettant à M6 Films d'engager la production de 9 nouveaux films.

M6 Films a poursuivi une politique de financement diversifiée, avec d'une part des films français ambitieux (*Ne le dis à personne*, thriller avec François Cluzet et Nathalie Baye, *OSS117*, comédie avec Jean Dujardin, *Un ticket pour l'espace* avec Kad et Olivier), et d'autre part des films au budget moins important mais au scenario prometteur et portés par des réalisateurs émergents (*Fair Play* de Lionel Bailliu, *La tête de Maman* de Carine Tardieu).

Dans un contexte 2005 de baisse de la fréquentation cinématographique (–10 % par rapport à 2004), les 9 films coproduits par M6 au cours des exercices antérieurs se sont très bien défendus, avec un total cumulé de 11,2 millions d'entrées en salles (contre 11,7 millions l'an dernier, soit –5 % dans un marché en baisse de –10 %, source CNC). 4 films ont dépassé le million d'entrées (*Brice de Nice*, *Iznogoud*, *Espace Détente* et *Les chevaliers du ciel*).

La contribution au chiffre d'affaires consolidé de M6 Films a sensiblement progressé en 2005, pour s'établir à 1,8 M€ contre 1,5 M€ en 2004, reflet des succès des films en salles. Le résultat opérationnel reste néanmoins négatif sous l'effet des amortissements de parts coproducteurs.

La production télévisuelle

Métropole Production (SA)

Métropole Production assure la production d'œuvres audiovisuelles, d'émissions et de magazines musicaux pour le compte de la chaîne M6.
Les principaux formats produits sont des programmes emblématiques de la chaîne, à savoir *ZoneInterdite*, *Turbo* et *Fan De* (production déléguée), ainsi que les émissions pour enfants *M6 Kid* et *Grand Écran*, magazine dédié au cinéma. La société réalise l'essentiel de son activité avec les sociétés du Groupe et assure aussi l'exploitation des moyens techniques de production du Groupe Métropole Télévision.

C. Productions (SA)

C. Productions est une agence de presse qui a produit en 2005 pour M6 les magazines d'information *Capital*, *Zone Interdite* (en production exécutive), *Secrets d'actualité*, *Enquête exclusive*, *Doc de choc*, *Plus vite que la musique* ou *100 % Foot*. En plus de ces productions récurrentes, C. Productions a également produit des programmes spéciaux liés à l'actualité (Tsunami, l'Europe en question, Katerina, la sécurité aérienne, banlieues…). Enfin, une partie importante de l'activité de la société a été consacrée à la production de grands documents : *Ma vie aux urgences d'Ajaccio*, nouvelle série documentaire, *Hitler, la folie d'un homme* document historique diffusé en première partie de soirée, *Le jour où la France s'est arrêtée* docu-fiction d'anticipation.
Au total, C. Productions a produit en 2005, 190 heures de programmes, soit 168 formats dont 154 inédits.
En termes d'audiences, *Capital* et *Zone Interdite* (en production exécutive), les deux magazines d'information diffusés en alternance le dimanche soir à 20h50 sur M6 ont réalisé en 2005 des performances remarquables tant sur les ménagères de moins de 50 ans, avec respectivement 19,6 % et 20,2 % de part d'audience, qu'en nombre de téléspectateurs avec 4,1 millions et 3,8 millions en moyenne. *Secrets d'actualité*, diffusé le dimanche soir en deuxième partie de soirée, 3 fois par mois, affiche un score d'audience de 18,9 % sur les ménagères de moins de 50 ans et une moyenne de 1,8 million de téléspectateurs.

Studio 89 Productions (SAS)

Créé en janvier 2003, Studio 89 produit des émissions de divertissement, de jeux, de documentaires musicaux et des magazines « d'infotainment » (information et divertissement) pour la chaîne M6 et les chaînes numériques du groupe.
En 2005, Studio 89 a produit 26 émissions représentant 997 heures de programmes contre 854 heures en 2004. Pour M6, Studio 89 a produit 7 émissions quotidiennes (*C'est pas trop tôt*, *Morning Café*, *Génération Hit*, *Jour J*, *Classé Confidentiel*, *Tubissimo*, *Météo*), 3 émissions hebdomadaires (*Classé confidentiel 20h10*, *Hit Machine*, *Fan De*) et une émission de Prime Time (*Coupe du monde du rire*). Par ailleurs Studio 89 a produit de nombreux programmes pour les chaînes numériques du Groupe, qu'il s'agisse de formats hebdomadaires (avec notamment *Hit TF6*, *Les Dossiers de Téva*, *Fun People*, *Made in mangas* pour W9), mensuels (*100 % séries* pour Série Club) ou unitaires (*The Swan 1 et 2* et *L'armée des célébrités* pour TF6). Studio 89 est à l'origine de

nouveaux concepts originaux ou d'adaptation de formats étrangers, et a poursuivi sa démarche en matière de détection de nouveaux talents, en introduisant une nouvelle génération d'animateurs pour ses émissions (Zuméo, Sandra Lou, Élodie Gossuin, Moon, Vanessa Demouy, Jenny del Pino)

W9 Productions (SAS)

Créée en février 2003, W9 Productions illustre la volonté du Groupe de développer en interne ses compétences en matière de production d'émissions de divertissement, de variétés et de télé-réalité.
En 2005, W9 Productions a connu une forte activité avec quatre programmes de télé-réalité et cinq programmes de variété-divertissement, soit 34 émissions diffusées en prime time.

Le premier semestre 2005 a été marqué par le succès de la troisième saison de *Bachelor, le gentleman célibataire* avec une finale qui a réuni plus de 3,8 millions de téléspectateurs et par la production de *Top Model 2005*, télé-réalité d'été de M6 qui à réuni jusqu'à 3 millions de téléspectateurs pour la finale et 27,6 % de parts de marché sur les ménagères de moins de 50 ans. L'année 2005 à été également riche en Variétés et Divertissement avec *Duel de Star*, format original créé par W9 Productions et diffusé en direct sur M6, trois *Grands Classements Disco, Coluche* et de *Funes*, et les 15 ans de *Fréquenstar*.

W9 Productions a par ailleurs franchi une nouvelle étape en saisissant l'opportunité de développer et produire des programmes pour des diffuseurs étrangers, dont par exemple : aux États Unis en produisant, en partenariat avec Warner Bros, la 8e saison de *the Bachelor* pour la chaîne ABC, et au Canada en participant à la création et au développement du programme phare de la télévision québécoise : *le Match des Étoiles* diffusé sur Radio Canada.

Depuis juin 2005 W9 Productions développe et produit *Pekin Express* , dont les premiers épisodes diffusés dès janvier 2006 ont rencontré un très grand succès d'audience.

Labo Productions (SARL)

Consolidée pour la première fois en 2005, Labo Productions est une société de production d'émissions de divertissement.

Les sociétés de production du Groupe réalisent l'essentiel de leur activité avec la chaîne M6 et les chaînes numériques du Groupe. En 2005, leur contribution au chiffre d'affaires consolidé s'inscrit en progression à 5,2 M€, contre 3,7 M€ en 2004. Sur l'année, leur contribution au résultat opérationnel consolidé reste cependant négative à hauteur de 1,3 M€.

Le pôle immobilier

Immobilière M6 (SA) et SCI du 107, avenue Charles-de-Gaulle

Immobilière M6 est propriétaire du siège social du Groupe Métropole Télévision situé à Neuilly sur Seine, d'une surface d'environ 10 000 m2, louée aux sociétés du Groupe. La SCI du 107, avenue Charles-de-Gaulle est propriétaire de deux immeubles à Neuilly sur Seine, acquis en janvier 1999, d'une surface totale de 2 650 m2, et loués aux sociétés du Groupe. Tous les baux et les conventions de sous-location de ces locaux sont articulés en application d'un principe de facturation, à des conditions normales de marché, à chacun des occupants du loyer et des charges y afférents, en considération de sa quote-part de l'espace occupé.

2.2. Les chaînes numériques

	31/12/05			31/12/04			variation 2005/2004		
En M€	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA
Paris Première	26,0	25,7	(0,0)	17,0	16,8	(8,1)	9,0	8,9	8,1
W9	1,9	1,9	(6,8)	-	-	(0,4)	1,9	1,9	(6,5)
Teva	15,1	15,0	0,1	12,1	12,0	(0,8)	2,9	3,0	0,9
M6 Music	5,3	5,0	1,2	5,5	5,3	2,2	(0,3)	(0,3)	(1,1)
Fun TV	3,9	3,6	0,9	4,1	3,8	0,5	(0,1)	(0,2)	0,4
TF6	9,0	8,8	0,2	8,8	8,5	0,9	0,2	0,3	(0,6)
Série Club	4,5	4,5	0,7	4,8	5,0	0,7	(0,3)	(0,5)	(0,1)
Autres	3,4	0,2	-	1,6	-	-	1,8	0,2	-
Éliminations intra-segment	(3,2)	-	-	(2,1)	-	-	(1,1)	-	-
Chaînes Numériques	**66,0**	**64,6**	**(3,8)**	**52,0**	**51,3**	**(4,9)**	**14,0**	**13,3**	**1,1**

Paris Première (SA)

Créée en décembre 1986, Paris Première a été acquise à 100 % par M6 en mai 2004. Disponible sur l'ensemble des réseaux de diffusion : TNT, satellite, câble, DSL et téléphone mobile, Paris Première est reçue par plus de 7 millions de foyers soit près de 17 millions d'individus 4 ans et plus, ce qui place Paris Première dans le top 5 des chaînes les plus reçues (Source : Opérateurs/Chaîne, Médiamétrie/MédiaCabSat). Depuis le 21 novembre 2005, Paris Première est diffusée chaque jour en clair pendant deux heures (19h00-21h00) par voie hertzienne sur le numérique terrestre.

En 2005, Paris Première a pris toute sa place au sein des chaînes numériques du groupe en préservant son identité et sa singularité. En matière de programmes, l'accent a été mis sur les événements, le théâtre, les spectacles, les séries. Elle est lancée en février 2006 sur la TNT en crypté payant en exclusivité sur le bouquet de TPS.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé progresse de 8 % (à périmètre comparable), à la fois soutenue par la croissance des recettes publicitaires et du parc moyen d'abonnés. Le résultat opérationnel, obéré en 2004 par la comptabilisation de 7,8 M€ de coûts de restructuration, atteint l'équilibre en 2005, malgré la constatation de coûts dans le cadre de la TNT.

W9 - Edi TV (SNC)

Un avenant à la convention de M6 Music, signé avec le CSA le 29 mars 2005, a permis, notamment, que cette chaîne soit présente au démarrage de la TNT, le 31 mars 2005, sous le nom de W9. W9 est reçue sur l'ensemble des foyers hertziens numériques et l'ensemble des foyers abonnés à une offre de télévision satellite, câble numérique ou ADSL. Elle est également disponible pour les abonnés Orange et Bouygues Telecom bénéficiant de la téléphonie mobile 3G. Quatrième chaîne la plus diffusée en mode numérique, elle compte un nombre de foyers abonnés de 7 millions.

Chaîne de nouvelle génération, moderne et décontractée, elle a pour ambition de répondre aux attentes de son public, les

jeunes adultes, en proposant une offre variée. Elle met l'accent sur une association équilibrée des genres les plus prisés du public, avec une dominante musicale, mais aussi du grand cinéma, des séries inédites, des séries cultes, des séries d'humour, des magazines et des divertissements ou encore des évènements tels que la cérémonie des Grammy Awards ou le best of du championnat du monde des rallyes.
Chaîne la plus regardée par le public des jeunes adultes parmi les nouvelles chaînes de la TNT, avec 71,5 % des 15-34 ans équipés TNT regardant W9 chaque semaine, elle est aussi la chaîne la plus en affinité avec ce public, puisque parmi les téléspectateurs réguliers de W9, 62 % sont âgés de 15 à 34 ans (source : Étude IFOP du 8 juin au 20 juin 2005 auprès des foyers équipés d'un adaptateur TNT.)

La contribution au chiffre d'affaires consolidé s'établit à 1,9 M€, correspondant aux recettes publicitaires de la chaîne depuis son lancement le 31 mars 2005. Compte tenu des coûts de lancement de la chaîne, des coûts de programmes et des coûts de réaménagement de fréquences, le résultat opérationnel est déficitaire de 6,8 M€.

Téva – Sedi TV (SNC)

Créée en 1996, téva, chaîne généraliste à coloration féminine, est détenue à 51% par M6 et à 49 % par CTF (Groupe Marie Claire et Hachette Filipacchi Media).
Diffusée sur TPS, CanalSat, les principaux câblo-opérateurs, ainsi que par ADSL (Tpsl, CanalSatdsl, Free, 9 télécom, Alice) et téléphone mobile (Orange), Téva comptait 4.96 millions de foyers abonnés à fin 2005.
La chaîne propose des séries cultes et inédites, des grands films de cinéma fédérateurs, des formats de télé réalité en version originale et exclusifs en France. Depuis plusieurs saisons, des émissions identitaires autour des thèmes de la maison et de la décoration confirment leur succès. En 2005, la chaîne s'affirme encore deux nouvelles émissions : *Elles ont les moyens de vous faire parler* et *Gwendoline, assistante de Stars*.

Téva a enregistré en 2005 une forte progression de son chiffre d'affaires, qui s'établit à 15,0 M€, en croissance de 25 %, porté par le dynamisme des recettes publicitaires et l'augmentation du parc moyen d'abonnés. Cette activité soutenue permet à la société de dégager pour la 1re fois une contribution positive au résultat opérationnel de 0,1 M€.

M6 Music Hits / Rock / Black - M6 Communication (SAS)

L'offre musicale des chaînes numériques M6 Music Rock et M6 Music Black, lancées en Janvier 2005, a été complétée et élargie avec la création de la nouvelle chaîne de M6 Music Hits le 31 Mars 2005, chaîne musicale consacrée aux hits du moment.

La rentrée de septembre 2005 a vu l'arrivée progressive de programmes sur chacune des chaînes au travers de magazines musicaux fortement incarnés, porteurs d'image et de notoriété.
M6 Music Hits, chaîne 100 % musicale multi-genres consacrée aux hits du moment, est diffusée sur TPS, les principaux réseaux du câble, l'ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile (M6 mobile, Orange, SFR, Bouygues). Elle compte 1,8 millions d'abonnés.
M6 Music Black, chaîne 100 % musicale à thématique Black Music (Rap, RnB, Soul…), est diffusée sur TPS, Numéricable, ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile (Orange, SFR). Elle compte 1,3 millions d'abonnés.
M6 Music Rock, chaîne 100 % musicale consacrée à la musique Rock et Pop-Rock, est diffusée sur TPS, Numéricable, ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile (Orange, SFR). Elle compte 1,3 millions d'abonnés.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé s'inscrit en légère baisse, les investissements publicitaires de M6 Music se reportant progressivement sur les chaînes lancées au cours du 1er trimestre 2005. Ce repli de l'activité affecte la contribution au résultat opérationnel, qui s'élève néanmoins à 1,2 M€.

Fun TV (SNC)

Créée en 1997, Fun TV, chaîne de divertissement destinée aux 15-24 ans, compte à fin 2005 1,8 million de foyers abonnés. La chaîne est diffusée par TPS, les principaux réseaux du câble, par ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom) et téléphone mobile (Orange).

En dépit d'une légère baisse du chiffre d'affaires, Fun TV enregistre, grâce à une bonne maîtrise des coûts, une nouvelle progression de sa contribution au résultat opérationnel, qui s'établit à 0,9 M€.

TF6 (SCS)

À fin 2005, TF6, détenue à parité avec TF1, totalise 2,79 millions de foyers abonnés, en progression de 2,5 % (+ 67 000 foyers). La chaîne est distribuée en exclusivité satellite sur TPS et est intégrée aux offres des principaux câblo-opérateurs.

L'offre de programmes a été à nouveau enrichie en 2005, en vue d'offrir une programmation de véritable mini-généraliste de divertissement à destination des jeunes adultes, qu'il s'agisse d'émissions, de formats de télé-réalité, de musique, de séries et enfin de cinéma.

En matière de distribution, la chaîne est reprise depuis juin 2005 sur le basique numérique de la nouvelle offre YPSO (issue de la fusion entre France Télécom Câble et NC Numéricâble). Elle est lancée en février 2006 sur la TNT en crypté payant en exclusivité sur le bouquet de TPS.

Le chiffre d'affaires de TF6 enregistre une progression de 3,5 %, tandis que la contribution au résultat opérationnel recule à 0,2 M€, sous l'effet du provisionnement des coûts induits par le lancement de TF6 en TNT payante.

Série Club – Extension TV (SA)

Au 31 décembre 2005, Série Club, détenue à parité avec TF1, compte 2,209 millions de foyers abonnés, via TPS et les principaux câblo-opérateurs. La chaîne a enregistré une baisse de 127 000 foyers abonnés par rapport à fin 2004, suite au retrait de la chaîne de l'offre analogique d'un cablo-opérateur. Depuis juin 2005, Série Club est reprise sur le basique numérique de la nouvelle offre YPSO (issue de la fusion entre France Télécom Câble et NC Numéricâble) et devrait compenser peu à peu cette perte d'initialisation par le transfert de l'analogique vers le numérique.

Série Club, qui propose une offre variée de séries, avec une forte proportion d'inédits, continue sa stratégie de création d'événements lors de soirées spéciales et propose de nouveaux magazines.

En 2005, le chiffre d'affaires de Série Club a été pénalisé par le retrait de la chaîne de l'offre analogique d'un câblo-opérateur, entraînant une baisse du nombre de foyers abonnés, et limitant aussi le niveau des recettes publicitaires.
La contribution de Série Club au résultat opérationnel reste stable à 0,7 M€.

2.3. Les activités de diversifications et de droits audiovisuels

	31/12/05			31/12/04			variation 2005/2004		
En M€	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	EBITA
SND	54,0	48,7	(3,2)	52,3	46,8	(6,1)	1,7	1,9	2,9
SNC	1,8	1,1	(0,2)	-	-	-	1,8	1,1	(0,2)
TCM	9,5	8,0	3,6	7,9	6,6	0,1	1,6	1,5	3,5
Mandarin	0,6	0,5	(1,3)	0,5	0,4	(2,9)	0,1	0,1	1,6
M6 Studio	-	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0
sous total Droits audiovisuels	**65,9**	**58,3**	**(1,0)**	**60,6**	**53,7**	**(8,9)**	**5,2**	**4,6**	**7,9**
M6 Interactions	103,0	96,6	11,8	108,7	103,6	15,2	(5,7)	(6,9)	(3,5)
M6 Éditions - Citato	10,2	10,0	(0,8)	10,6	10,6	(0,3)	(0,5)	(0,6)	(0,6)
M6 Événements - Livestage	8,3	7,4	(2,8)	16,8	15,7	0,1	(8,5)	(8,3)	(2,9)
sous total Pôle Interactions	**121,5**	**114,0**	**8,1**	**136,2**	**129,8**	**15,1**	**(14,7)**	**(15,8)**	**(7,0)**
Groupe HSS	120,0	118,1	6,2	113,6	111,4	4,5	6,4	6,7	1,7
Mistergooddeal	13,2	13,2	0,4	-	-	-	13,2	13,2	0,4
sous total Pôle Vente à Distance	**133,2**	**131,3**	**6,6**	**113,6**	**111,4**	**4,5**	**19,6**	**19,9**	**2,1**
M6 Web (hors M6 mobile)	39,7	32,5	8,6	31,4	26,5	7,8	8,4	6,0	0,8
M6 mobile	10,1	10,1	1,8	-	-	-	10,1	10,1	1,8
sous total Pôle Interactivité	**49,8**	**42,5**	**10,4**	**31,4**	**26,5**	**7,8**	**18,4**	**16,0**	**2,6**
FCGB	**34,5**	**34,2**	**1,5**	**30,8**	**30,8**	**(8,6)**	**3,7**	**3,4**	**10,2**
Autres	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Éliminations intra-segment	**(11,1)**	**-**	**-**	**(7,8)**	**-**	**-**	**(3,3)**	**-**	**-**
Diversifications	**393,7**	**380,3**	**25,6**	**364,7**	**352,2**	**9,8**	**29,0**	**28,1**	**15,8**

2.3.1. Le pôle M6 Interactions

Disques

Dans un marché du disque 2005 stabilisé en volume (+ 0,6 %), mais en baisse en valeur (– 8,6 %, source : SNEP), sous l'effet d'un repli continu des prix de ventes des albums et singles (respectivement –15 % et – 23 % en deux ans), M6 Interactions a réalisé en 2005 une année de progression, avec des volumes vendus en hausse de 24 % (10,3 millions d'unités, y compris DVD musicaux vendus en 2005 contre 8,3 millions en 2004). Cette performance s'explique au regard de larges succès commerciaux, avec notamment :

- 10 certifications singles, dont 1 disque triple diamant pour Ilona « Un monde parfait » (plus de 1,5 millions d'exemplaires). Tout comme O-Zone en 2004, Ilona (en coproduction avec Scorpio Music) a été la meilleure vente de singles en France en 2005. Quant à Amel Bent (révélée par Nouvelle Star saison 2), son titre « Ma Philosophie » se classe à la 3e place des meilleures ventes de singles en France en 2005.
- 4 certifications albums, dont 1 disque de platine pour le dernier album de Lorie.

En dépit de ces succès de ventes, le chiffre d'affaires de l'activité Disques est en baisse, subissant les effets des baisses de prix généralisées des singles.

Publications de produits composites

Une part importante des publications de produits composites est composée de DVD, vendus sous forme de collections ou en individuels. Pour le première fois en 2005, le marché de l'Édition Video est resté stable en volumes vendus (+ 0,3 %, contre une croissance de 24 % en 2004), avec un chiffre d'affaires des éditeurs en baisse de 12 % en valeur (source : SEV), sous l'effet d'un recul du prix moyen des produits commercialisés (augmentation des fonds de catalogue et succès des coffrets).

Pour le Groupe M6, le volume total de ventes des Produits Composites atteint 8,94 millions d'unités vendues, recouvrant des évolutions diverses :

Collections encyclopédiques

Les volumes de ventes ont sensiblement progressé avec 7,8 millions d'unités vendues en kiosque et par abonnement, tirés par :

- Le lancement de 6 nouvelles collections en 2005 (3 collections d'objets, *La Grande Parade des Chevaux, Renault* et *Le Mans*, et 3 collections DVD, *Jean Gabin, Nestor Burma* et *Yu Gi Oh !*).
- La poursuite du succès des collections lancées les années précédentes, avec la relance de 6 d'entre elles en 2005, notamment Mary Higgins Clark (DVD).

Ventes de DVD individuels et de jeux vidéos

Tout en poursuivant l'exploitation exclusive en kiosque de films ou séries à succès tels que *Kaamelott*, l'activité vidéo s'est enrichie en proposant en kiosque des coffrets cultes (*Star Wars, Indiana Jones, Le Parrain*). Par ailleurs, plus de 30 jeux vidéo ont été commercialisés en 2005 par M6 Interactions en kiosque. Au total, les volumes de ventes de ces deux activités se sont inscrits en baisse en 2005.

Le chiffre d'affaires de l'activité Publications de produits composites est en légère progression en 2005, la hausse réalisée sur les collections compensant le recul enregistré sur les ventes de DVD individuels.

Presse – Éditions

M6 Éditions a pour activité la publication de magazines sur le marché de la presse jeune et, depuis 2005, de la presse adulte. En presse jeune, M6 Éditions édite trois titres principaux que sont *Fan 2* (bimestriel), *Hit Machine Girl* (bimensuel, devenu mensuel en 2005), et *Manga Hits* (lancé en novembre 2004). L'année 2005 a été riche pour M6 Éditions, avec :

- L'acquisition de *Citato*, mensuel gratuit destiné aux jeunes de 15 à 20 ans. Réalisé en partenariat avec les principaux titres de presse et les institutions pédagogiques de l'éducation nationale, Citato est diffusé à 230 000 exemplaires dans les lycées, facultés, grandes écoles …
- Le lancement avec succès en novembre 2005 et en coédition avec Motor Presse, du mensuel *Auto Turbo* avec une diffusion moyenne de plus de 90 000 exemplaires sur les 2 premiers numéros, marquant les premiers pas du groupe sur le marché de la presse adulte.

M6 Éditions développe également une activité de co-édition de livres dérivés de programmes à succès.

Grâce aux développements de l'année (*Auto-Turbo* et *Citato*), le chiffre d'affaires de M6 Éditions s'est maintenu à un niveau quasi-inchangé.

M6 Événements (SA) – Live Stage (SAS)

M6 Événements a pour activité l'organisation de spectacles et la communication événementielle.
En 2005, la filiale Live Stage, spécialisée dans les spectacles musicaux, a réduit son activité en matière de comédie musicale, après une année 2004 marquée par le succès de la tournée d'Autant en Emporte le Vent.

La contribution en retrait de M6 Événements et de Livestage

au chiffre d'affaires consolidé reflète la moindre présence du Groupe dans les comédies musicales.

Au total, la contribution du pôle M6 Interactions au résultat opérationnel s'inscrit en retrait de 7 M€, sous l'effet principalement :

- du lancement de nombreuses collections, qui ont pénalisé le résultat au regard des investissements marketing réalisés et du cycle de vie long de ces produits,
- des coûts liés à un projet de spectacle musical n'ayant pas abouti.

2.3.2. Le pôle vente à distance

Home Shopping Service (SA) et Mistergooddeal.com (SA)

Filiale de télé-achat, détenue à 100 % depuis 1998, Home Shopping Service (HSS) domine aujourd'hui le secteur de la vente à la télévision, avec 55 % du marché en France et au Benelux, 700 heures de diffusion de programmes par semaine, 2 millions de clients actifs et 2,5 millions de produits écoulés en 2005.

Le chiffre d'affaires s'établit à 118,1 M€, en progression de 6 %. La croissance de l'année 2005 est principalement liée :

- au fort développement des revenus de M6 Boutique la Chaîne, lancée en avril 2004 avec un nouveau format diffusant 8 heures de direct par jour et proposant 300 nouveaux produits par semaine ;
- à la poursuite de la croissance des activités d'infomercials.

La rentabilité opérationnelle, affectée en 2004 par les coûts de lancement de M6 Boutique la Chaîne, progresse grâce aux efforts réalisés en matière de coûts de logistique et de production.

Au cours de l'année, Home Shopping Service s'est désengagée de sa participation minoritaire dans RTL Shop, et a procédé en novembre à l'acquisition de 95 % de la société Mistergooddeal.com, un des premiers sites français de commerce électronique, spécialisé dans le déstockage de produits de marques.

Mistergooddeal.com, qui connaît une croissance forte, a contribué à hauteur de 13,2 M€ au chiffre d'affaires consolidé du groupe en 2005 (consolidation à compter du 15 novembre 2005), pour une contribution de 0,4 M€ au résultat opérationnel.

2.3.3. M6 Web (SAS) et M6 mobile by Orange

M6 Web

M6 Web, filiale en charge des développements dans les nouvelles technologies pour le Groupe, est structurée autour de 3 pôles opérationnels : l'Internet, l'interactivité avec les programmes et la téléphonie mobile.
Le pôle Internet édite une vingtaine de sites Internet, à la fois pour le groupe (M6.fr, Turbo.fr,…) et pour le compte de tiers. Ces sites attirent en moyenne 1,5 million de visiteurs uniques chaque mois, ce qui fait d'M6.fr, le 2e portail audiovisuel français.
Le pôle interactivité a poursuivi son développement avec le renouvellement de formats interactifs et le renforcement de la proximité avec les téléspectateurs.
Le pôle mobilité développe les contenus sur mobile (personnalisation, vidéo, jeux SMS, chat).

M6 Web a réalisé en 2005 un nouvel exercice de croissance de son activité et de son résultat.
Le chiffre d'affaires progresse de 22,7 %, sous l'effet de l'augmentation des revenus de l'ensemble des activités. Le résultat opérationnel de M6 Web s'élève à 8,6 M€, en progression de 10,3 %.

M6 mobile by Orange

Avec près de 230 000 abonnés à fin 2005, l'accord M6 mobile by Orange, lancé en juin 2005, est un succès commercial.
Il apporte une contribution additionnelle de 10,1 M€ de chiffre d'affaires, et dégage dès la première année un résultat opérationnel positif de 1,8 M€.

2.3.4. Le Football Club des Girondins de Bordeaux (SASP)

La société anonyme sportive professionnelle FC Girondins de Bordeaux est détenue à 99,76 % par M6 Foot, SAS elle-même détenue à 100 % par Métropole Télévision.

À l'issue d'une saison 2004/2005 difficile sur le plan sportif, avec une place de 15e au championnat, permettant cependant au Club de se maintenir en L1 pour la 14e saison, la saison 2005/2006 a été entamée sous l'égide d'un nouvel entraîneur de renommée internationale qui a constitué un groupe de joueurs professionnels densifié tant sur le plan qualitatif que quantitatif. À la mi – saison, le FCGB occupait la 3e avec la meilleure défense du championnat. L'émission 100 % Girondins, diffusée par M6 puis W9, assure au Club une exposition nationale avec de très bons niveaux d'audience.

L'année 2005 aura par ailleurs été marquée par le démarrage de l'École Technique Privée FC Girondins de Bordeaux.

Le Centre de Formation a été renforcé avec de nombreuses sélections dans chaque catégorie d'âge.

La contribution du F.C.G.B au chiffre d'affaires du Groupe progresse de 11 % pour atteindre 34,2 M€, notamment grâce à la hausse des droits TV, effet du nouveau contrat sur les droits TV de la L1. Grâce à la croissance des revenus, combinée à une bonne maîtrise des coûts, le résultat opérationnel devient positif à hauteur de 1,5 M€.

2.3.5. Les droits audiovisuels

Société Nouvelle de Distribution (SA)

SND a pour principale activité l'acquisition, la gestion et la distribution de droits d'exploitation d'œuvres audiovisuelles.
Au 1er Juillet 2005 a été effectuée, en faveur de SND, la transmission universelle du patrimoine de la société M6 Droits Audiovisuels (DA), autre filiale du groupe, dont l'activité est la distribution de droits audiovisuels, en France et à l'étranger. Le catalogue M6 DA est composé de films, téléfilms, séries et droits pour la distribution internationale.

L'activité cinéma de SND a connu de bonnes performances, en particulier grâce au film *Mr & Mrs Smith*, qui réalise près de 3 millions d'entrées au box office. En revanche, d'autres films, dont *Sahara*, n'ont pas attiré le nombre de spectateurs attendu. Au total, les 13 films distribués en 2005 ont atteint 6,5 millions d'entrées.

L'activité vidéo totalise 2,86 millions d'exemplaires vendus en DVD et VHS, tous canaux de distribution confondus. L'année 2005 a notamment enregistré les succès des vidéos *Vaillant, Kaamelott, Arsène Lupin.*
Durant l'année 2005, SND a continué à renforcer sa politique d'acquisition de droits avec l'achat notamment de 15 nouveaux films en distribution tous-droits, parmi lesquels *The Guardian, Michael Clayton.*

Sous l'effet du développement des activités cinéma et vidéo, la contribution au chiffre d'affaires consolidé progresse de 4,1 % à 48,7 M€. Bien que demeurant négative, la contribution au résultat opérationnel enregistre une sensible amélioration en s'établissant à -3,2 M€ contre -6,1 M€ en 2004

Société Nouvelle de Cinématographie (SAS)

Acquise en avril 2005, SNC a pour objet l'exploitation et la gestion de droits audiovisuels et cinématographiques. Elle dispose d'un catalogue de près de 450 films européens, comprenant notamment par exemple 6 films des *Gendarmes, la Belle et la Bête* de Jean Cocteau, *Le Mur de l'Atlantique*, ainsi que de mandats de distribution.

En 2005, la société, consolidée sur 8 mois, a contribué à hauteur de 1,1 M€ au chiffre d'affaires du Groupe, avec une perte opérationnelle de 0,2 M€.

TCM Droits Audiovisuels (SNC)

TCM D.A, constituée en septembre 1996 par TF1, M6 et CLT, a pour objet l'acquisition, la distribution, la vente, l'importation et l'exportation, la promotion, la mise à disposition et le négoce de droits d'exploitation de toutes œuvres cinématographiques et audiovisuelles pour les territoires Francophones. L'actionnariat se décompose de la façon suivante : M6 (50 %), TF1 (50 %).
Les ventes de TCM D.A sont réalisées avec les grandes chaînes nationales hertziennes, les chaînes du câble et du satellite, ainsi qu'à l'export (Belgique et Suisse).

En 2005, le développement des ventes s'est poursuivi notamment sous l'impulsion des les chaînes du câble et du satellite (y compris TPS), qui représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires. La contribution de TCM au chiffre d'affaires consolidé s'établit à 6,5 M€, en forte progression (+ 23,5 %), à l'instar de la contribution au résultat opérationnel, qui atteint 3,6 M€ contre 0,1 M€ en 2004.

Mandarin (SAS)

Acquise en novembre 2002, Mandarin possède, en vue de son exploitation, un catalogue de production de films longs métrages.

Aucune commercialisation significative n'a été menée en 2005 (droits non ouverts). La contribution au chiffre d'affaires consolidé est de 0,5 M€, avec un résultat opérationnel obéré par l'effet des amortissements du catalogue.

M6 Studio (SAS)

Créée en 2003, M6 Studio est dédiée au développement et à la production de longs métrages d'animation français. M6 Studio produit actuellement, comme producteur délégué, son premier long métrage d'animation, *Astérix et les Vikings*, en coproduction avec 2d3D Animations et Mandarin SAS et en association avec A Film AS. Ce projet très ambitieux (22 millions d'euros) est en développement au sein du Groupe M6 depuis la fin de l'année 2002, et sa fabrication, assurée par des studios français et européens, a débuté courant 2003. Sa production s'est achevée fin 2005. Sa sortie en salles en France est prévue le 12 avril 2006.

2.4. Activités en cours de cession : Télévision Par Satellite (TPS)

	2005	2004	Variation 2005/2004	
En M€			En Me	En %
Chiffre d'affaires	194,8	185,4	9,4	5,1 %
EBITA	**8,7**	**0,6**	**8,1**	**N/S**
Résultat financier *(dont variation de la juste valeur des instruments financiers)*	-0,9	-3,9	3,0	N/S
Résultat avant impôt	**7,8**	**-3,3**	**11,1**	**N/S**
Perte et Gain nets de l'année sur activités en cours de cession	**5,1**	**-2,1**	**7,2**	**N/S**

TPS (SNC)

TPS, détenue à 34 % par le Groupe M6, est une plate – forme de distribution de télévision payante, par satellite et ADSL, ainsi qu'un éditeur de chaînes premium.
En dépit d'un parc d'abonnés actifs stable à 1.75 million, le chiffre d'affaires de TPS a poursuivi sa progression, grâce à la croissance du nombre d'abonnés fin 2004, dont le plein effet s'est matérialisé en 2005. TPS accentue par ailleurs sa rentabilité opérationnelle, notamment sous l'effet d'un ARPU en progression et de la baisse des coûts de conquête.
Par ailleurs, TPS a renforcé en 2005 sa couverture ADSL, avec l'extension de l'offre MaLigneTV par France Télécom, et le lancement de l'offre TPS avec Neuf Télécom et Alice.
Depuis le 15 février 2006, TPS commercialise un bouquet en TNT payante.

En application de l'IFRS 5, TPS est désormais comptabilisée comme une activité en cours de cession.
TPS a réalisé en 2005 son 1er exercice de rentabilité nette positive à 5,1 M€ (quote-part M6).

3. Structure financière et tableau des flux de trésorerie

3.1. Structure financière

Au 31 décembre 2005, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 504,1 M€ en hausse de 62,8 M€ par rapport au 31 décembre 2004. Cette variation est égale au résultat de l'exercice (+ 156,2 M€) net du versement des dividendes au titre de 2004 (–110,0 M€) et des impacts résultant de l'application des normes *IAS 39, Instruments financiers : comptabilisation et évaluation, IFRS 2, Paiements en actions et assimilés*, et de la variation des actions propres détenues dans le cadre des plans de stock-options (+ 16,6 M€).
La part des minoritaires dans les capitaux propres s'établit à 0,2 M€ et se rapporte essentiellement à la détention de 49 % de Sedi TV (Teva) par des actionnaires hors-Groupe.

Le total bilan s'élève à 1 390, 3 M€ en progression de 12,6 %. Cette évolution traduit l'entrée de nouvelles sociétés dans le périmètre de consolidation du Groupe, notamment Mistergooddeal et SNC, mais aussi le développement des activités du Groupe.
Les activités en cours de cession représente 201,8 M€ à l'actif du Groupe et 219,3 M€ au passif. Ces montants correspondent à 34 % des actifs et passifs de TPS ainsi que des éléments du bilan du Groupe directement rattachés à la

participation dans TPS, comme le goodwill historique constaté sur TPS (91,0 M€).
Les autres goodwills, constitués essentiellement des goodwills Paris Première et Mistergooddeal, représentent 61,3 M€ soit seulement 4,4 % du total bilan.

La trésorerie nette d'endettement s'apprécie comme la somme des disponibilités, quasi-disponibilités, actifs financiers courants et non courants (prêts et placements) nets des dettes financières courantes et non courantes et du crédit-bail. Elle s'élève à 242,8 M€ au 31 décembre 2005 au titre des activités poursuivies. Avec TPS, elle s'élève à 188,7 M€ contre 203,2 M€ au 31 décembre 2004.
La variation de –14,54 M€ correspond essentiellement aux flux de trésorerie provenant des activités (+ 210,5 M€), des flux d'investissement (–120,9 M€) et au versement des dividendes (–110,0 M€).

3.2. Tableau des flux de trésorerie

Le flux de trésorerie provenant de l'exploitation s'élève en 2005 à + 210,3 M€ contre + 191,6 M€ en 2004, soit une augmentation de 9,9 %. Hors TPS, ce flux s'établit à 194,3 M€ en progression de 32,1 %.

La capacité d'autofinancement d'exploitation avant impôt atteint 324,8 M€ contre 286,0 M€ en 2004, soit 13,6 % d'augmentation s'expliquant principalement par la croissance du résultat opérationnel, l'augmentation de la dotation nette aux amortissements et provisions (–24,2 M€) étant pour une large partie neutralisée par l'impact de la plus value de cession de RTL Shop (+ 13,0 M€) et des joueurs de football du FC Girondins de Bordeaux (+ 8,0 M€).

La variation du BFR d'exploitation s'établit à – 38,9 M€ alors qu'elle constituait une contribution positive de + 17,9 M€ en 2004.
Hors TPS, elle s'élève à – 35,6 M€ contre –18,6 M€ en 2004.

Une telle évolution est portée par :

- La variation des stocks : – 23,2 M€ contre –10,1 M€ en 2004 en lien avec l'augmentation des achats de droits dans un contexte de renforcement de la grille de la chaîne ;
- La variation des créances d'exploitation : – 53,6 M€ contre + 18,6 M€ en 2004 compte tenu des acomptes sur droits de diffusion non ouverts et événements sportifs (- 38 M€) et le développement des activités du Groupe ;
- La variation des dettes d'exploitation : + 41,2 M€ contre –26,8 M€ en 2004, le poste fournisseurs augmentant en lien avec les achats significatifs de programmes.

La contribution de TPS dans la variation du BFR d'exploitation est impactée par d'importants décaissements en début d'exercice résultant des achats de programmes conclus au cours du second semestre 2004.

Les flux de trésorerie liés aux investissements s'établissent à –120,9 M€ en 2005 contre –100,8 M€ au en 2004.

Cette augmentation résulte des évolutions suivantes :

- Les acquisitions d'immobilisations incorporelles sont en hausse de 11,0 M€, concernant principalement des investissements réalisés par SND dans les droits audiovisuels ;
- Les acquisitions de SNC et de Mistergooddeal se traduisent par un décaissement net de trésorerie de 40,9 M€. En 2004, les acquisitions de Paris Première et de Boutique du Monde (par HSS) s'étaient traduites par des décaissements nets de respectivement 18,5 M€ et 1,1 M€.
- La cession de RTL Shop se traduit par un encaissement net de trésorerie de 5,0 M€ au 31 décembre 2005, le solde de 5,0 M€ devant être encaissé en mars 2006.

Les flux de trésorerie provenant des activités de financement se traduisent par des décaissements à hauteur de – 56,0 M€ en 2005 contre – 113,3 M€ en 2004.
Hors TPS, ces flux s'établissent à – 52,6 M€ en 2005 contre – 77,6 M€ en 2004.

4. Politique de gestion de trésorerie

Le Groupe a défini un ensemble de règles prudentielles encadrant sa politique de placements de trésorerie :

- ne pas détenir plus de 5 % de l'actif d'un fonds (ratio d'emprise),
- diversification obligatoire : ne pas investir plus de 20 % des liquidités bancaires du Groupe sur un même support,
- limiter le risque crédit : investissement minimal obligatoire pour chaque fonds en titres *investment grade*.

Le Groupe effectue la gestion de sa trésorerie avec pour objectif de pouvoir mobiliser rapidement les disponibilités placées à court terme, en limitant au maximum la prise de risque en capital.
Les rendements des produits de placement sont mesurés régulièrement, en vue d'optimiser les performances de la trésorerie et de procéder à d'éventuels arbitrage.

5. Politique d'investissements

La politique d'investissements du Groupe est menée à plusieurs niveaux :

• Dans le cadre de ses engagements conventionnels et / ou de ses obligations réglementaires, Métropole Télévision investit en production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, pour un montant de 21,2 % de son chiffre d'affaires publicitaire net de l'année précédente. Ces investissements se sont élevés à 112,2 M€ en 2005.

• Dans le cadre des achats de droits audiovisuels à des fins de commercialisation (distribution salle, video et ventes TV). À cet égard, SND, société du Groupe portant l'essentiel de l'activité Droits Audiovisuels, a investi 32,2 M€ en achats de droits en 2005.

• Dans le cadre des achats de droits de diffusion, qui sont comptabilisés dans les stocks et qui correspondent aux investissements réalisés par le Groupe dans sa grille de programme. Ces achats se sont élevés à 223,4 M€ en 2005, et correspondent aux programmes dont les droits se se sont ouverts durant l'exercice et qui peuvent donc être diffusés.

• Dans le cadre de prises de participation ou d'acquisitions de sociétés visant à compléter les activités du Groupe. Ces investissements ont notamment concerné en 2005 les activités :

- de droits audiovisuels, avec le rachat de SNC, pour un montant de 13,0 M€ ;
- d'éditions avec l'acquisition de Citato, pour un montant de 0,3 M€ ;
- de Vente à Distance, avec l'acquisition de 95 % de Mistergooddeal.com, pour un montant de 43,1 M€, correspondant à l'acquisition de 100 %, y compris le complément de prix (5%) et les frais d'acquisition.

Le Groupe Métropole Télévision ne réalise pas d'activité de recherche et développement pour son propre compte, excepté le développement de concepts d'émissions et de programmes mis en œuvre par les unités de programmes de la chaîne et certaines filiales de production du Groupe.

Sur le plan des technologies et des immobilisations corporelles, le Groupe est actif dans la mise en œuvre de nouvelles technologies, et a notamment engagé un plan de numérisation pluri-annuel de la rédaction et des contenus diffusés à l'antenne. Chaque année le Groupe renouvelle une fraction de ses équipements bureautiques et informatiques et procède aux investissements nécessaires au maintien de la valeur de son patrimoine immobilier
Des développements en matière de HD (Haute Définition) et de VOD (Video on Demand) ont également été poursuivis en 2005.

6. Engagements hors bilan

En application de l'IFRS 5, les engagements hors-bilan en lien avec TPS, activité en cours de cession, sont présentés en 2005 sur une ligne spécifique.
Cette présentation ne modifie pas le total des engagements hors-bilan du Groupe.

Sur l'exercice 2005, les engagements donnés par le groupe s'élèvent à 1 405,0 M€ contre 953,1 M€ au 31 décembre 2004, soit une augmentation de 451,9 M€.

Les engagements donnés par TPS ou donnés par le Groupe en lien avec TPS (comme ceux liés à la responsabilité sur le passif de TPS) s'établissent à 628,5 M€ (quote-part M6) en progression de 98,8 M€, notamment compte tenu de l'accroissement du financement apporté par les établissements financiers et l'associé du Groupe dans TPS.

Les principales variations hors TPS concernent les engagements pris par la chaîne M6 au titre des coproductions et achats de droits (+ 394,0 M€). Le niveau total d'engagement du Groupe dans ce cadre représente 674,4 M€ au 31 décembre 2005.

Le solde de la variation des engagements donnés se traduit par une baisse de – 40,9 M€ expliquée en grande partie par la diminution des sommes dues sur les contrats avec TDF à mesure de l'avancement de ces contrats. Les engagements donnés par le Groupe au titre du transport d'images, de location satellite et transpondeurs s'élèvent à 82,0 M€ au 31 décembre 2005 contre 113,5 M€ en 2004 (hors TPS).

Sur l'exercice 2005, les engagements reçus par le groupe s'élèvent à 457,3 M€ contre 341,0 M€ en 2004, soit une augmentation de + 116,3 M€ dont + 99,0 M€ liés aux engagements reçus des associés du Groupe dans les SNC détenues.
Les autres engagements reçus (46,9 M€) se rapportent à des engagements d'achat de droits audiovisuels et aux contrats pluriannuels avec les diffuseurs câble et satellite.

7. Événements significatifs survenus depuis le 1er janvier 2006

- Le 6 janvier 2006, après avoir recueilli l'avis favorable des instances sociales concernées, les Groupes Vivendi Universal, TF1 et M6 ont officialisé la signature de l'accord de rapprochement dans la télévision payante des groupes TPS et Canal+, annoncé en décembre 2005. Ce projet est soumis à l'approbation des autorités françaises de la concurrence, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel sera également saisi. La signature a donné lieu au versement d'une avance de 51 M€ effectué par Vivendi Universal en faveur de M6, correspondant à la première étape de l'accord (prise de participation de 15 % de Vivendi Universal dans le capital de TPS). En cas d'approbation des autorités de la concurrence, l'avance sera alors remboursée, et M6 deviendra actionnaire à hauteur de 5,1 % du nouvel ensemble formé par l'apport des actifs en télévision payante de TPS et Groupe Canal +.

- Le 23 janvier 2006, Newsports, société non consolidée dont le Groupe M6 détient 1,6 % du capital, a été inscrite sur le marché Alternext.

- Depuis mi-février 2006, dans le cadre du lancement de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) payante, les chaînes TF6 et Paris Première sont disponibles, aux côtés notamment de TPS Star, dans l'offre commercialisée par TPS.

- Le 21 février 2006, M6 mobile by Orange a annoncé avoir franchi le cap des 300 000 abonnés.

- Le 28 février 2006, le Groupe M6 a annoncé l'acquisition de 50 % du capital de Femmes en Ville SAS, éditeur de deux mensuels gratuits, *Femme en Ville* et *Homme en Ville.*

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1er janvier 2006 susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat l'activité et le patrimoine de la société et du groupe.

8. Perspectives 2006

Le Groupe M6 va poursuivre en 2006 sa stratégie de croissance sur l'ensemble de ses activités.
Dans la continuité des exercices précédents, les programmes seront au cœur de la stratégie de développement, en vue de conforter la position de la chaîne, dans un environnement de marché en pleine mutation. L'acquisition, pour 27 M€, des droits de 31 matches de la Coupe du Monde de Football, qui aura lieu du 9 juin au 9 juillet 2006 en Allemagne, s'inscrit dans cette perspective.
Dans ce contexte concurrentiel et technologique marqué par de fortes et rapides évolutions, les chaînes thématiques du Groupe sont positionnées en vue de conforter leur croissance et leur développement.
Au regard de la pénétration de la télévision de complément numérique, avec le succès des modes de distribution que sont la TNT et l'ADSL, les chaînes thématiques du Groupe vont disposer d'un parc d'initialisés élargi.
Paris Première et W9, 2e chaîne gratuite du Groupe, devraient notamment bénéficier de ces perspectives prometteuses, au regard desquelles le Groupe poursuivra ses efforts d'investissement en 2006.
Les relais de croissance mis en place en 2005, qu'il s'agisse du Pôle Vente à Distance avec l'acquisition de Mistergooddeal.com ou de l'accord M6 mobile by Orange, vont contribuer au dynamisme des activités de diversifications. La marque M6, l'interactivité et la proximité avec les téléspectateurs, abonnés, clients resteront l'axe fort de la stratégie du Groupe.
Enfin, concernant l'accord en matière de télévision payante signé début janvier 2006 avec Vivendi Universal et TF1, une décision des autorités de la concurrence pourrait intervenir avant la fin de l'année 2006.
Il a été annoncé pour l'année 2006 une croissance estimée du coût de la grille M6 de 5 à 6 % (hors impact de la Coupe du Monde de Football). Par ailleurs, compte tenu du contexte publicitaire en début d'année, le Groupe a fait part d'une prévision de chiffre d'affaires publicitaire du 1er trimestre 2006 stable par rapport au 1er trimestre 2005.

9. Intégration fiscale

La société Métropole Télévision est la mère d'un groupe fiscalement intégré au sens des dispositions de l'article 223A du Code Général des Impôts. Métropole Télévision se constitue seule redevable de l'impôt sur les résultats dû par ses filiales en vue de la détermination du résultat d'ensemble du Groupe, conformément aux dispositions de l'article 223A du Code Général des Impôts.
Les sociétés SNC et Mistergooddeal, acquises en 2005, ont opté pour leur intégration dans le périmètre fiscal du Groupe à compter du 1er janvier 2006.

Citato, acquise en 2005, ne peut en revanche être intégrée fiscalement car détenue à moins de 95 %.
M6 DA, consécutivement à sa dissolution-confusion dans SND au 1er juillet 2005, n'appartient plus au périmètre d'intégration fiscale du Groupe.

10. Changement de méthode comptable

L'application, depuis le 1er janvier 2005, des règlements 2002-10 et 2004-06 du Comité de Réglementation Comptable, relatifs respectivement à l'amortissement et à la dépréciation des actifs, et à la définition, la comptabilisation et l'évaluation des actifs, n'a pas eu d'incidence sur les comptes de Métropole Télévision SA.

11. Respect des obligations légales et de la convention

En 2005, selon ses calculs et sous réserve d'une validation par le CSA, M6 a respecté l'ensemble de ses engagements conventionnels et de ses obligations réglementaires.

Les quotas de diffusion de 40 % d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française et de 60 % d'œuvres européennes ont été respectés, à la fois sur l'ensemble de la journée et sur la plage d'heures d'écoute significative, de 17h00 à 23h00 et de 14h00 à 23h00 le mercredi. Le quota de diffusion de 100 heures d'œuvres audiovisuelles inédites d'expression originale française ou d'œuvres européennes, proposées en clair et dont la diffusion démarre entre 20h et 21h, a été respecté.
Pour les œuvres cinématographiques, les quotas de diffusion de 192 films maximum dans l'année et de 144 films aux heures de grande écoute ont été respectés, ainsi que les quotas de 40 % d'œuvres cinématographiques d'expression originale française et de 60 % d'œuvres européennes. Enfin, les obligations en matière de diffusion musicale, de dessins animés et de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes et mal-entendantes ont été respectées.

Les engagements d'investissements en production audiovisuelle contractés en 2005 s'élèvent au total à 95,5 M€. Ils se répartissent à hauteur de 86,7 M€ pour les œuvres d'expression originale française et 8,8 M€ pour les autres œuvres audiovisuelles.
Il s'y ajoute 16,7 M€ d'investissements engagés par M6 Films dans la production de 9 œuvres cinématographiques françaises ou européennes.
Au total M6 a engagé 112,2 M€ dans la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, représentant 21,5 % de son chiffre d'affaires publicitaire net de taxes et contributions de l'année précédente, pour une obligation de 21,2 % (18 % pour les œuvres audiovisuelles et 3,2 % pour les œuvres cinématographiques).

Le CSA communiquera sur le bilan 2005 du respect des obligations conventionnelles et réglementaires de M6 au 2e semestre 2006.

12. Capital

12.1. Cotation

Depuis son introduction au Second Marché de la Bourse de Paris au cours de 3,96 € (26 FRF) le 28 septembre 1994 (en tenant compte de la division du nominal par 10 intervenue le 15 juin 2000), le cours de l'action a connu une progression très importante.

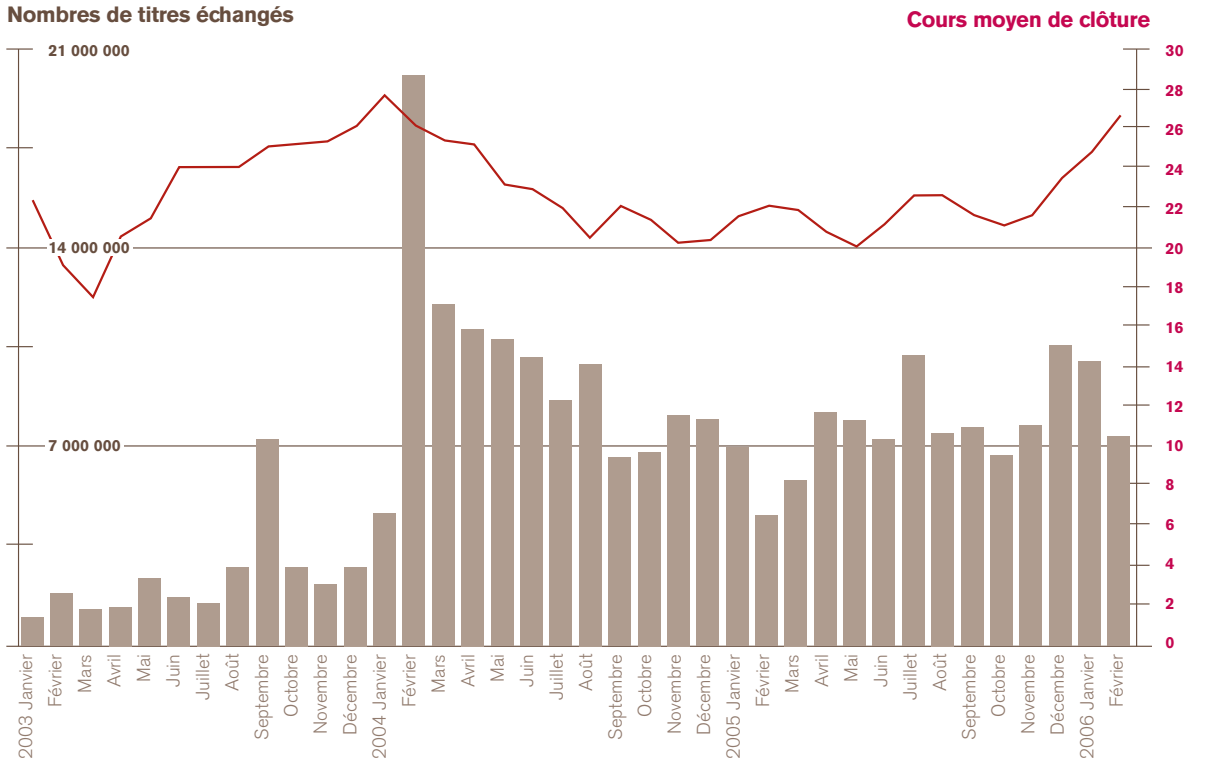
En 2005 le cours a évolué de 20,50 € le 3 janvier à l'ouverture de la bourse à 23,40 € à la clôture de la bourse le 30 décembre, avec un plus bas de 19,12 € en séance le 3 mai (date de versement du dividende) et un plus haut de 25,07 € en séance le 12 décembre.
Sur l'année 2005, le titre s'inscrit en hausse de 12 % (évolution calculée sur la base du dernier cours coté de l'année 2004) soit une performance en ligne avec l'indice de référence DJ EURO STOXX Media. L'année a été marquée, à l'instar de 2004, par de très bonnes performances boursières des valeurs media espagnoles, et des performances contrastées des autres acteurs media européens.

Au 31 décembre 2005 la capitalisation boursière s'établit à 3 086,2 M€.

Au cours de l'année 2005, les échanges moyens quotidiens se sont élevés à 355 751 titres contre 434 262 titres en 2004, année marquée par l'élargissement du flottant consécutif à la sortie partielle du Groupe Suez au mois de février.
Depuis la réforme de la cote d'Euronext Paris, effective depuis le 21 février 2005, le titre Métropole Télévision appartient au compartiment A de l'Eurolist (sociétés dont la capitalisation boursière moyenne est supérieure à 1 milliard d'euros).

Dans la nouvelle gamme d'indices créée, le titre M6 Métropole Télévision avait été retenu pour être un des composants du CAC NEXT 20 (correspondant aux 20 valeurs qui suivent immédiatement celles figurant dans l'indice CAC 40) et de l'IT CAC 20 (correspondant aux 20 valeurs technologiques les plus représentatives en capitalisation boursière et en liquidité). Depuis la révision des indices, effective au 1er septembre 2005, le titre Métropole Télévision a quitté l'indice CAC NEXT 20 pour être introduit dans l'échantillon de valeurs composant l'indice CAC MID100.

12.2. Évolution du cours de bourse et des volumes échangés



		Nombre de titres échangés	Cours moyen de clôture (en €)	Plus haut mensuel (€)	Plus bas mensuel (€)	Capitaux échangés (en M€)
2003	Janvier	994 730	22,09	24,45	20,32	22,27
	Février	1 917 330	18,93	21,30	17,17	36,54
	Mars	1 298 977	17,30	19,44	14,25	21,94
	Avril	1 382 235	20,44	22,50	16,70	28,64
	Mai	2 374 300	21,31	22,12	20,20	50,64
	Juin	1 750 844	23,84	25,44	21,69	41,54
	Juillet	1 531 524	23,83	25,48	22,80	36,74
	Août	2 751 336	23,87	24,53	23,00	65,58
	Septembre	7 315 332	24,96	27,20	23,05	188,23
	Octobre	2 838 208	24,97	26,14	23,02	71,31
	Novembre	2 095 922	25,12	25,91	24,60	52,52
	Décembre	2 784 981	25,85	27,68	24,75	72,74
2004	Janvier	4 702 017	27,48	29,30	26,00	130,71
	Février	20 092 974	25,92	28,45	24,45	526,56
	Mars	12 044 250	25,22	28,30	23,22	308,94
	Avril	11 187 213	25,04	26,12	23,83	278,67
	Mai	10 871 677	22,98	24,44	21,60	251,47
	Juin	10 217 074	22,74	23,74	21,84	231,48
	Juillet	8 713 417	21,76	23,80	20,60	187,95
	Août	9 982 569	20,24	21,18	19,14	200,24
	Septembre	6 613 623	21,91	23,00	20,46	144,60
	Octobre	6 873 562	21,12	22,47	20,07	144,87
	Novembre	8 137 349	20,12	21,31	19,47	163,46
	Décembre	7 978 258	20,22	21,00	18,94	160,29
2005	Janvier	7 017 033	21,37	22,00	20,20	149,50
	Février	4 613 010	21,88	22,62	21,18	101,16
	Mars	5 793 573	21,64	22,50	20,90	125,30
	Avril	8 235 525	20,63	21,69	19,56	168,63
	Mai	7 957 168	19,89	20,59	19,12	158,74
	Juin	7 310 855	20,95	21,68	19,96	152,99
	Juillet	10 279 858	22,49	23,05	21,11	230,08
	Août	7 439 025	22,48	23,20	21,71	167,52
	Septembre	7 712 411	21,42	22,15	20,90	166,00
	Octobre	6 690 850	20,86	21,53	20,06	139,67
	Novembre	7 770 319	21,36	22,30	20,62	165,75
	Décembre	10 608 354	23,17	25,07	21,57	247,36
2006	Janvier	10 048 792	24,43	25,93	23,35	246,18
	Février	7 528 877	26,25	27,14	25,12	197,09

12.3. Rachat par la société de ses propres actions

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé successivement les deux autorisations d'achat des ses propres actions qui lui avait été accordée par les Assemblées Générales du 28 avril 2004 et du 28 avril 2005.

Ces autorisations ont été uniquement utilisées dans le cadre du contrat de liquidité, conforme à la charte de déontologie de l'AFEI, dont la mise en œuvre a été au prestataire de services d'investissement CA Chevreux le 15 décembre 2004. Le contrat a été signé pour un an, renouvelable par tacite reconduction. Le montant total des moyens affectés au contrat est de 250 000 titres et de 5 000 000 d'euros. Au 15 décembre 2004, 145 500 titres auto-détenus ont été apportés au fonctionnement du contrat, 104 500 titres complémentaires pouvant donc être appelés.

Au 31 décembre 2004, le nombre de titres détenus par le contrat de liquidité s'élevait à 72 015 actions, avec un solde en espèces de 1 479 008,5 €.
Au cours de l'exercice 2005, le nombre d'actions achetées par le contrat s'est élevé à 672 861 au cours moyen de 21,35 €, et le nombre d'actions vendues de 716 876 titres au cours moyen de 21,61 €, soit un solde au 31 décembre 2005 de 28 000 actions et de 2 467 238,10 € en espèces.

Au cours de l'exercice 2005, 611 530 actions ont été cédées aux bénéficiaires des plans, pour un montant de 9,37 M€.

Bilan du précédent programme de rachat

L'Assemblée Générale mixte du 28 avril 2004 avait autorisé la société à mettre en oeuvre un programme de rachat d'actions. Ce programme de rachat d'actions a obtenu le visa de l'AMF le 5 avril 2004, sous le numéro 04-248. Il est resté en vigueur jusqu'au 28 avril 2005, date de l'Assemblée Générale mixte qui a autorisé le nouveau programme de rachat actuellement en vigueur.

Entre l'Assemblée Générale du 28 avril 2004 et le 28 avril 2005, la société a utilisé l'autorisation d'achat de ses propres actions :

• d'une part pour acquérir des titres en fonction des situations de marché au mois d'août 2004, à hauteur de 145 500 actions au cours moyen de 19,74 €;

• d'autre part dans le cadre de la mise en place d'un contrat de liquidité à compter du 15 décembre 2004, selon les modalités suivantes :

Contrat de liquidité	
Titres auto-détenus apportés au contrat de liquidité le 15 décembre 2004	**145 500**
Nombre de titres achetés par le contrat de liquidité du 15 décembre 2004 au 28 avril 2005	**166 757**
Nombre de titres vendus par le contrat de liquidité du 15 décembre 2004 au 28 avril 2005	**215 379**
Nombre de titres détenus par le contrat de liquidité au 28 avril 2005	**96 878**

Les achats de titres au travers du contrat de liquidité se sont effectuées au prix moyen de 21,12 €, et de 21,23 € pour les ventes de titres.

Durant cette période, 249 750 titres ont été cédés aux bénéficiaires des plans de stock options.

Au total, 312 257 titres ont été acquis, et 465 129 titres cédés au cours de ce programme de rachat d'actions.

Au 28 avril 2005, date de la mise en œuvre du nouveau programme de rachat d'actions, la société auto - détenait 988 880 de ses titres, représentant 0,7% du capital.

Programme de rachat d'actions en cours de validité

L'Assemblée Générale mixte du 28 avril 2005, aux termes de sa neuvième résolution, a décidé d'autoriser un programme de rachat d'actions de la société d'une durée de dix-huit mois, permettant au Directoire de procéder à des rachats d'actions de la société à hauteur de 10 % du capital en vue, par ordre de priorité décroissante :

• d'attribuer ses actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières tels que conversion, exercice, remboursement ou échange, dans le cadre de la réglementation boursière, et également aux salariés et dirigeants de la société et de son groupe, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise, ou de toute autre modalité prévue par la législation en vigueur ;

• d'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par un prestataire de services d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ;

• d'utiliser tout ou partie des actions acquises pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;

• de les annuler, sous réserve de l'adoption de la 8e résolution par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires.

Le prix maximum d'achat a été fixé à 50 € par action et le prix minimum de vente à 10 € par action. Le montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat était limité au montant des réserves libres : 466 533 165 €.

Ce programme a fait l'objet d'une note d'information visée par l'Autorité des marchés financiers le 8 avril 2005 sous le numéro 05-241.

L'Assemblée Générale mixte du 28 avril 2005, aux termes de sa neuvième résolution, a décidé d'affecter l'autocontrôle existant au 31 décembre 2004, conformément aux prescriptions du règlement européen n° 2273/2003 du 22 décembre 2003 entré en vigueur le 13 octobre 2004, aux objectifs suivants :

- Attribution d'actions gratuites, à hauteur de 130 502 actions,
- Attribution d'options d'achat d'actions, à hauteur de 840 530 actions,
- Animation du marché dans le cadre d'un contrat de liquidité, à hauteur de 176 515 actions.

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé l'autorisation d'achat des ses propres actions qui lui avait été accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005.

Cette autorisation a été uniquement utilisée dans le cadre du contrat de liquidité, conforme à la charte de déontologie de l'AFEI, dont la mise en œuvre a été confiée au prestataire de services d'investissement CA Chevreux le 15 décembre 2004.

Tableau de déclaration synthétique de l'émetteur des opérations réalisées sur ses propres titres du 28 avril 2005 au 28 février 2006	
Pourcentage de capital auto détenu de manière directe et indirecte :	0,36 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois :	Néant
Nombre de titres détenus en portefeuille :	480 312 actions
Valeur comptable du portefeuille au 28 février 2006 :	11 135 644 euros
Valeur de marché du portefeuille au 28 février 2006 :	12 127 878 euros

La Société n'a pas utilisé de produits dérivés dans le cadre de son précédent programme de rachat d'actions.

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes à ce jour	
	Achats	Ventes/transferts	Positions ouvertes à l'achat	Positions ouvertes à la vente
Nombre de titres	580 734	1 089 302 (*)	Néant	Néant
Echéance maximale	-	-	Néant	Néant
Cours moyen de la transaction	21,93	22,25 ou 21,03 (**)	Néant	Néant
Prix d'exercice moyen	-	15,85	Néant	Néant
Montants	12 735 497	24 236 969	Néant	Néant

(*) dont 625 220 titres correspondant à l'exercice d'options d'achat d'actions
(**) ce cours moyen intègre les prix des levées des options d'achat d'actions par les bénéficiaires

Descriptif du nouveau programme de rachat d'actions

Il est proposé à l'Assemblée Générale mixte du 24 avril 2006 d'autoriser un programme de rachat d'actions de la société dont les conditions seraient les suivantes :

- Titres concernés : actions ordinaires Métropole Télévision cotées sur l'Eurolist d'Euronext Paris, compartiment A, code ISIN FR0000053225
- Prix maximum d'achat : 40 €
- Détention maximum : 9.64 % du capital , compte tenu des actions auto-détenues au 28 février 2006
- Durée maximum : 18 mois à compter de la date de l'Assemblée Générale
- Montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat limité au montant des réserves libres : 507 786 907 €
- D'attribuer ses actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières tels que conversion, exercice, remboursement ou échange, dans le cadre de la réglementation boursière, et également aux salariés et dirigeants de la société et de son groupe, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise, ou de toute autre modalité prévue par la législation en vigueur
- D'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par un prestataire de services d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers
- D'utiliser tout ou partie des actions acquises pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;
- de les annuler, sous réserve de l'adoption de la 9e résolution par l'assemblée générale mixte des actionnaires.

Le prix maximum d'achat a été fixé à 40 € par action. Le montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat était limité au montant des réserves libres : 507 463 888 €.

Au 28 février 2006, la société détient 480 312 actions propres représentant 0,36 % du capital et réparties comme suit :

	État de l'autodétention au 28 février 2006 affecté aux différents objectifs		Total autodétention au 28 février 2006
Attribution d'actions gratuites	Attribution d'option d'achat d'actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité	
130 502 actions	215 310 actions	134 500 actions *Dont 30 000 actions effectivement détenues dans le contrat*	**480 312 actions**

Ce programme se substituerait au programme de rachat autorisé par l'Assemblée Générale mixte du 28 avril 2005.

12.4. Autodétention

Au 31 décembre 2005, M6 détient au total 492 002 actions (représentant 0,37 % du capital), inscrites au passif du bilan consolidé de Métropole Télévision en déduction des capitaux propres pour leur valeur d'acquisition de 23 M€. Ces actions sont provisionnées à hauteur de 12,5 M€ afin de faire correspondre la valeur de ces titres au cours d'attribution des stock options. Le nombre d'actions auto-détenues comprend les 28 000 actions du contrat de liquidité.

Conformément à l'entrée en vigueur le 13 octobre 2004 du Règlement Européen n° 2273/2003 pris en application de la Directive 2003/6/CE dite « Abus de Marché », il a été proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005 d'approuver l'affectation des titres acquis avant le 13 octobre 2004 aux différents objectifs prévus dans la Directive : couverture de stock options, contrat de liquidité, attribution d'actions.

Le tableau ci-dessous résume l'affectation des titres auto-détenus au 31 décembre 2004 approuvée par l'Assemblée Générale du 28 avril 2005 et l'état au 31 décembre 2005 des titres auto-détenus en fonction des objectifs.

Affectation de l'autodétention au 31 décembre 2004 aux différents objectifs			Total autodétention au 31 décembre 2004
Attribution d'actions gratuites	Attribution d'option d'achat d'actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité	
130 502 actions	840 530 actions	176 515 actions *Dont 72 015 actions effectivement détenues dans le contrat*	**1 147 547 actions**
Variation au cours de l'exercice 2005			
Attribution d'actions gratuites	Attribution d'option d'achat d'actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité	
-	- 611 530	- 44 015	**– 655 545 actions**
Etat de l'autodétention au 31 décembre 2005 affecté aux différents objectifs			**Total autodétention au 31 décembre 2005**
Attribution d'actions gratuites	Attribution d'option d'achat d'actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité	
130 502 actions	229 000 actions	132 500 actions *Dont 28 000 actions effectivement détenues dans le contrat*	**492 002 actions**

12.5. Plan d'option d'achat et de souscription d'actions

12.5.1. Information sur les options de souscription ou d'achat

Date d'assemblée	5/06/98		4/06/99				26/05/00			28/04/04		Total
Date du Conseil	2/09/98	4/12/98	4/06/99	19/01/00	30/06/00	7/06/01	7/06/02	25/07/03	14/11/03	28/04/04	2/06/05	
Type d'option	Achat	Achat	Achat	Achat	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	
Nombre total d'actions pouvant être soucrites ou achetéees	**705 000**	**745 000**	**600 000**	**175 000**	**338 100**	**551 800**	**710 500**	**713 500**	**20 000**	**861 500**	**635 500**	**6 055 900**
- dont les mandataires sociaux	-	-	120 000	20 000	86 000	113 000	168 000	130 000	20 000	175 000	90 500	922 500
- dont les 10 premiers attributaires salariés	380 000	380 000	295 000	155 000	112 400	89 000	139 500	146 000	-	155 000	108 500	1 960 400
Point de départ d'exercice des options	2/09/01	4/12/01	5/06/04	19/01/05	1/07/04	8/06/05	8/06/06	26/07/07	15/11/07	29/04/06	2/06/06	
Date d'expiration	1/09/05	3/12/05	4/06/06	18/01/07	29/06/07	6/06/08	7/06/09	25/07/10	14/11/10	28/04/11	1/06/12	
Prix de souscription ou d'achat (en €)	**14,11**	**13,64**	**18,76**	**44,63**	**58,58**	**30,80**	**28,06**	**22,48**	**23,82**	**24,97**	**19,94**	
Nombre d'actions souscrites au 07/02/06	645 000	685 000	306 000									1 636 000
Options de souscription ou d'achat d'actions restantes	-	-	194 000	20 000	218 800	377 300	557 500	625 500	20 000	772 500	635 500	3 421 100
Options de souscription ou d'achat d'actions annulées durant l'exercice 2005	-	-	-	-	14 300	21 000	22 500	48 000	-	50 000	-	155 800

Les levées des options d'achat d'actions par les salariés s'élèvent à ce jour à 1 636 000 actions.

Conformément à l'autorisation donnée par l'assemblée générale mixte du 28 avril 2004, une attribution d'options a été décidée par le Directoire en date du 2 juin 2005, après approbation par le Conseil de surveillance.

Cette attribution de 635 500 options concerne 136 bénéficiaires, dont les mandataires sociaux.
Pour information, le prix d'attribution des options a été fixé sans décote par rapport à la moyenne des cours des 20 séances de bourse précédant la mise en place du plan.

12.5.2. Options des mandataires sociaux

Les mandataires sociaux ont bénéficié du plan d'attribution d'ptions du 2 juin 2005 dans les conditions suivantes :

Options de soucription ou d'achat d'actions consenties à chaque mandataire social et options levées par ces derniers	Nombre d'options attribuées / d'actions souscrites ou achetées	Prix	Dates d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28/04/2004
> Options consenties durant l'exercice à chaque mandataire social et par toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options				*Date d'attribution*
Nicolas de Tavernost	27 500	19,94	1er juin 2012	Conseil du 02 juin 2005
Thomas Valentin	18 000	19,94	1er juin 2012	Conseil du 02 juin 2005
Jean d'Arthuys	15 000	19,94	1er juin 2012	Conseil du 02 juin 2005
Catherine Lenoble	15 000	19,94	1er juin 2012	Conseil du 02 juin 2005
Eric d'Hotelans	15 000	19,94	1er juin 2012	Conseil du 02 juin 2005

Par ailleurs, au cours de l'exercice, certains des mandataires sociaux ont levé des options reçues antérieurement :

> Option Levées durant l'exercice :			*Plan autorisé par les assemblées du*	*Date d'attribution*
Jean d'Arthuys	25 000	14,11	5 juin 1998	Conseil du 02 septembre 1998
Jean d'Arthuys	25 000	13,64	5 juin 1998	Conseil du 04 décembre 1998
Nicolas de Tavernost	55 000	18,76	4 juin 1999	Conseil du 04 juin 1999

12.5.3. Options des 10 premiers salariés (hors mandataires sociaux)

Les 10 premiers salariés attributaires d'options au cours de l'exercice ont bénéficié du plan d'attribution d'options du 2 juin 2005 dans les conditions suivantes et certains d'entre eux ont exercé des options antérieurement attribuées.

Attribution et exercice des options de soucription ou d'achat d'actions aux dix premiers salariés non mandataires sociaux	Nombre d'options attribuées / d'actions souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré	Conseil du
>Options consenties - information globale	111 500	19,94	Conseil du 02 juin 2005
>Options levées - information globale	387 800	14,61	Conseils du 04 décembre1998 et du 04 juin 1999

12.6. Plan d'attribution gratuite d'actions

Conformément à l'autorisation donnée par l'assemblée générale mixte du 28 avril 2005 dans sa résolution n° 11, une attribution gratuite d'actions a été décidée par le Directoire en date du 2 juin 2005, après approbation par le Conseil de surveillance.

Ce plan d'attribution représente 125 404 actions, attribuées à 44 bénéficiaires sous une double condition de présence à l'effectif en juin 2007 et de rentabilité du groupe au cours des deux prochains exercices (2005 et 2006).

À ce titre et dans ces conditions les membres du Directoire ont reçu gratuitement les actions suivantes :

Actions attribuées gratuitement à chaque mandataire social	Nombre d'actions attribuées	Prix au jour d'attribution	Dates d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28/04/05
> Actions attribuées gratuitement durant l'exercice à chaque mandataire social				Date d'attribution
Nicolas de Tavernost	11 000	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005
Thomas Valentin	7 200	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005
Jean d'Arthuys	6 000	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005
Catherine Lenoble	6 000	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005
Eric d'Hotelans	6 000	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005

Par ailleurs les 10 premiers salariés attributaires d'actions gratuites ont reçu au total :

Actions attribuées gratuitement à chaque mandataire social	Nombre d'actions attribuées	Prix au jour d'attribution	Dates d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28/04/05
> Options consenties - information globale	44 600	19,94	3 juin 2007	Conseil du 02 juin 2005

12.7. Rémunération et avantages versés aux mandataires sociaux

En application de l'article L. 225-102-1 alinéa 1 et alinéa 2 du Code de Commerce, nous vous indiquons la rémunération totale et les avantages de toute nature versés aux mandataires sociaux.

12.7.1. Rémunération et avantages du Directoire

Nom	Société	Titre	Date de début de mandat	Rémunération en euros					
				2004			2005		
				Part fixe (1)	Variable		Part fixe (1)	Variable	
					Rémunération complémentaire (2) (versée en 2005)	Prime de performance (2) (versée en 2005)		Rémunération complémentaire (2) (versée en 2006)	Prime de performance (2) (versée en 2006)
Nicolas de TAVERNOST	Métropole Télévision	Président	26/05/00	759 141	290 800	250 000	759 300	322 500	250 000
Thomas VALENTIN	Métropole Télévision	Vice Président	26/05/00	379 130	174 480	150 000	379 160	193 500	150 000
Eric d'HOTELANS	Métropole Télévision	Vice Président	14/11/03	272 185	63 976	45 000	277 322	70 950	45 000
Catherine LENOBLE	M6 Publicité		26/01/01	168 076	73 175	30 490	206 494	47 201	45 000
Jean d'ARTHUYS	Métropole Télévision		26/05/00	254 060	42 562	58 410	254 060	70 160	58 410

(1) incluant un avantage en nature limité à un véhicule de fonction, pour chaque membre du Directoire
(2) rémunération variable composée de deux éléments :
• Une rémunération complémentaire basée sur le niveau d'atteinte de l'objectif de résultat courant consolidé part du groupe avant impôt et éléments exceptionnels, tel que défini par le Conseil de Surveillance. Concernant Catherine Lenoble, cette rémunération est calculée par référence à l'objectif de chiffre d'affaires annuel de M6 Publicité.
• Une prime de performance du Directoire déterminée par le Conseil de Surveillance sur recommandation du Comité des rémunérations et dans la limite d'un montant maximum par personne.

Par ailleurs, au même titre et dans les mêmes conditions que les salariés du groupe, les membres du Directoire pourront bénéficier d'une indemnité légale de fin de carrière.

12.7.2. Indemnités de départ

L'ensemble des membres du Directoire cumule un contrat de travail avec un mandat social, étant précisé que le contrat de travail du Président a été suspendu depuis le 7 juin 1996. Aucun membre du Directoire ne bénéficie de dispositions prévoyant une idemnité au cas où il serait conduit à quitter ses fonctions de mandataire social.

Au seul titre de leur contrat de travail et dans le seul cas de rupture à l'initiative de la société, hors cas de faute grave et faute lourde, il est prévu de verser au Président et à trois des membres du Directoire, une indemnité calculée sur la base de la moyenne de leur rémunération fixe et variable des 12 derniers mois, en excluant la prime de performance liée aux activités du Directoire.

12.7.3. Jetons de présence du Conseil de surveillance

En dehors des jetons de présence, aucun des membres du Conseil de Surveillance ne perçoit de rémunération de la société et de ses filiales.

Par ailleurs :
- Rémy Sautter est Président Directeur Général de la société Immobilière Bayard d'Antin, filiale de RTL Group SA, société cotée
- Ignace van Meenen est administrateur de la société Immobilière Bayard d'Antin, filiale de RTL Group SA, société cotée.

Ils ne perçoivent à ce titre aucune rémunération ni jeton de présence.

Gehrard Zeiler est CEO et administrateur de RTL Group SA, société cotée.

Membres du Conseil de Surveillance		Montant des jetons de présence perçus (en €)
Albert Frère	Président	18 000
Gérard Worms	Président du Comité des Rémunérations	12 000
Guy de Panafieu	Président du Comité d'Audit	12 000
Gehrard Zeiler	Membre du Comité des Rémunérations	10 000
Rémy Sautter	Membre du Comité d'Audit	10 000
Thomas Rabe	Membre du Comité d'Audit	10 000
Bernard Arnault		8 000
Vincent de Dorlodot		8 000
Axel Ganz		8 000
Jean-Charles de Keyser		8 000
Jean Laurent		8 000
Yves-Thibault de Silguy		8 000

12.8. Politique de dividendes

Les dividendes versés au cours des 5 derniers exercices se sont élevés à :

en €	2004	2003	2002	2001	2000
Dividende net par action	0,840	0,670	0,570	0,570	0,510
Avoir fiscal	-	0,335	0,285	0,285	0,255
Dividende global	0,840	1,005	0,855	0,855	0,765
Rendement (calculé sur le dernier cours coté de l'année)	4,02 %	2,57 %	2,73 %	1,78 %	1,28 %
Taux de distribution	80 %	67 %	67 %	65 %	65 %

Au regard de sa situation financière, et de sa génération de trésorerie, le Groupe M6 a proposé à l'Assemblée Générale du 28 avril 2005 une augmentation du taux de distribution pour atteindre 80% du résultat net consolidé part du Groupe, soit une croissance du dividende net de 25,4 %. En 5 ans, les actionnaires du Groupe M6 ont ainsi bénéficié d'un dividende en croissance moyenne annuelle de 13,3 %.

Au titre de l'exercice 2005, il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires convoquée le 24 avril 2006 le versement d'un dividende par action de 0,95€ , en progression de 13,1 %, correspondant à un taux de distribution du résultat net consolidé part du Groupe de 80%.

12.9. Principaux actionnaires au 31 décembre 2005

	au 31 décembre 2005				au 31 décembre 2004			au 31 décembre 2003		
	nombre de titres	% du capital	droits de vote	% droits de vote	nombre de titres	% du capital	% droits de vote	nombre de titres	% du capital	% droits de vote
RTL Group	64 049 571	48,56 %	44 674 874	34,00 %	64 625 201	49,00 %	34,00 %	63 816 796	48,39 %	34,00 %
Suez	6 594 435	5,00 %	6 594 435	5,02 %	6 594 435	5,00 %	5,04 %	45 116 229	34,21 %	34,00 %
Autodétention	492 002	0,37 %	0,00 %	0,00 %	1 147 547	0,87 %	0,00 %	1 390 352	1,05 %	0,00 %
Salariés	115 400	0,09 %	115 400	0,09 %	120 500	0,09 %	0,09 %			
Institutionnels et Public	60 637 282	45,98 %	60 637 282	46,15 %	59 401 007	45,04 %	45,43 %	21 565 313	16,35 %	16,35 %
dont France	*32 916 149*	*54,28 %*	*32 916 149*	*25,05 %*	*28 349 410*	*21,49 %*	*21,68 %*			
dont autres pays	*27 721 133*	*45,72 %*	*27 721 133*	*21,10 %*	*31 051 597*	*23,54 %*	*23,75 %*			
Total	**131 888 690**	**100,00 %**	**112 021 991**	**85,25 %**	**131 888 690**	**100,00 %**	**84,57 %**	**131 888 690**	**100,00 %**	**84,35 %**

Au 31 décembre 2005, la société dénombrait 22 960 actionnaires environ, selon le relevé Euroclear.
À cette date, les membres du Directoire détenaient 151 169 actions représentant 0,1 % du capital, et les membres du Conseil de Surveillance 2 000 actions.

Aucun franchissement de seuil légal n'a été porté à la connaissance de la société au cours de l'année 2005.
Au 31 décembre 2005, compte tenu des déclarations de franchissement de seuil statutaire (seuil fixé à 1 %) portées à la connaissance de la société, trois actionnaires institutionnels détenaient plus de 2 % du capital de la société, et un actionnaire institutionnel plus de 1 % du capital de la société.

À la connaissance de la société, aucun actionnaire de la catégorie « Institutionnels et Public » ne détient donc directement ou indirectement plus de 5 % du capital ou des droits de vote.

À la connaissance de la société, aucun pacte d'actionnaires sur les titres de la société n'est actuellement en vigueur. Aucune action de concert n'a été portée à la connaissance de la société.

À l'issue du désengagement partiel du Groupe Suez, intervenu en février 2004, ce dernier conserve 5 % du capital qu'il s'est engagé à conserver au minimum 3 ans (soit jusqu'au 2 février 2007), conformément aux exigences du CSA.

En application de statuts modifiés par l'Assemblée Générale du 18 mars 2004 (article 35), faisant suite au désengagement de Suez et à l'avenant à la convention CSA signé le 2 février 2004, aucun actionnaire, ou groupe d'actionnaires agissant de concert, ne peut exercer plus de 34 % du nombre total de droits de vote. Les droits de vote de RTL Group sont donc limités à 34 %. Sous réserve de cette disposition, le droit de vote attaché aux actions est proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentent et chaque action donne droit à une voix. Il n'existe pas de droit de vote double.

Les mesures prises en vue d'éviter le contrôle abusif sont détaillées dans le rapport sur le contrôle Interne (chapitre Informations Juridiques).

12.10. Accords entre M6 et ses filiales

12.10.1. Relations mère-fille

Le cadre des relations mère-fille est présenté au sein du document de référence dans le chapitre Informations Juridiques (paragraphe 2.3.3.). Par ailleurs, les annexes aux comptes consolidés présentent, dans le chapitre Informations Sectorielles (IAS 14), la contribution de chaque secteur d'activité au compte de résultat et au bilan consolidé.

Enfin, nous vous indiquons ci – contre les contributions des principales sociétés du Groupe en matière d'actif immobilisé, d'endettement financier, de trésorerie au bilan, de flux de trésorerie liés à l'activité et de dividendes versés dans l'exercice par les filiales à la société-mère cotée.

Il n'y a pas d'endettement financier dans les différentes sociétés du groupe.

12.10.2. Accords d'actionnaires

Les accords d'actionnaires sont décrits au sein du document de référence dans le chapitre Informations Juridiques (paragraphe 2.3.1.).

en M€		2005
Actif immobilisé		**237,8**
dont	SND	43,6
	Mistergooddeal	39,4
	Immobilière M6	32,3
	Métropole Télévision	20,5
	TCM DA	17,7
	Paris Première	16,1
	M6 Studio	15,8
	SNC	14,6
	Autres	37,8
Trésorerie au bilan		**243,1**
dont	Métropole Télévision	225,8
	Mistergooddeal	5,3
	M6 Publicité	4,1
	Autres	7,9
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles		**210,5**
dont	Métropole Télévision	84,9
	M6 Publicité	40,9
	M6 Interactions	19,2
	TPS	16,2
	HSS	15,5
	SND	13,4
	Autres	20,4
Dividendes versés à Métropole Télévision		**48,0**
dont	M6 Publicité	26,8
	M6 Interactions	20,0
	M6 Web	0,5
	W9 Productions	0,7

13. Les facteurs de risques et leur gestion

13.1. Risques liés à l'activité

13.1.1. Risques liés à la structure du marché audio-visuel et publicitaire

M6 évolue dans un environnement concurrentiel dans lequel quatre chaînes hertziennes se partagent l'essentiel du marché publicitaire TV.
En raison du nombre élevé de clients annonceurs et de fournisseurs de programmes et de productions, M6 ne dépend pas particulièrement dans ses ventes ou ses approvisionnements d'un nombre restreint de clients et de fournisseurs.
Le marché publicitaire télévisé s'adresse principalement aux annonceurs de produits et services de grande consommation.

Les modifications réglementaires qui ont pour effet de constituer une contrainte supplémentaire en matière de coûts, ou qui font peser une incertitude sur le niveau de recettes des annonceurs de ce secteur, peuvent avoir une influence sur le niveau de leurs investissements publicitaires en télévision, et donc se traduire par un impact négatif sur les revenus publicitaires du Groupe.
Néanmoins, le marché publicitaire est régulièrement caractérisé par la montée en puissance de nouveaux secteurs, qui constituent des relais d'investissements. Par ailleurs, le nombre important d'annonceurs, le renouvellement constant des marques ainsi que l'environnement concurrentiel fort limitent significativement les risques liés à une éventuelle concentration et à une trop grande exposition sectorielle.
Le marché publicitaire est parfaitement transparent, notamment depuis la loi du 1er avril 1993, dite loi « Sapin ». Son évolution est largement corrélée aux évolutions macro-économiques (PIB, consommation des ménages).
Les caractéristiques du marché publicitaire s'appliquent de la même façon aux chaînes thématiques du Groupe, qui évoluent néanmoins sur un marché dont la taille est pour l'heure plus limitée. Les chaînes thématiques du Groupe bénéficient par ailleurs (hors W9, chaîne gratuite de la TNT), de revenus des câblo-opérateurs et plates-formes de distribution.

Pour ses autres activités et sources de revenus, le Groupe M6 a développé une offre de produits et services essentiellement tournés vers le grand public, et commercialisé au travers de grands réseaux de distributions nationaux.

13.1.2. Risques clients

Afin de sécuriser le chiffre d'affaires publicitaire, M6 Publicité vérifie régulièrement la solvabilité de ses annonceurs et systématiquement celle des nouveaux annonceurs.
Les Conditions Générales de Ventes prévoient à ce titre le paiement d'avance des campagnes pour les annonceurs qui ne rempliraient pas les critères de solvabilité requis. Le risque de non-paiement des campagnes sur M6 est inférieur à 0,1 % du chiffre d'affaires publicitaire.

Sur les autres activités, il n'y a pas de risques clients unitaires d'une importance pouvant entamer la rentabilité durable du Groupe.
Le groupe ne fait appel ni à la titrisation, ni à la mobilisation, ni à la cession de créances.

13.2. Risques de marché

13.2.1. Risque de change

Analyse du risque de change des activités poursuivies

Le groupe achète, auprès de fournisseurs étrangers, des programmes et des produits finis destinés aux activités de diversifications (télé-achat, collections), libellés principalement en dollars américains ou en livre sterling.
Afin de se protéger contre des fluctuations aléatoires des marchés de devises qui risqueraient de pénaliser son résultat ou de réduire la valeur de son patrimoine, le Groupe M6 a décidé de couvrir ses achats en devises. La couverture est effectuée dès la signature des contrats fournisseurs et selon les échéances prévues.
Le Groupe utilise principalement des achats à terme.
Le portefeuille des achats à terme de devises fait l'objet d'un suivi permanent.

Analyse de la sensibilité au risque de change :

en M€ (1)	USD	Total
Actifs	1	1
Passifs	(13)	(13)
Hors bilan	(36)	(36)
Position avant gestion	(48)	(48)
Couvertures	27	27
Position nette après gestion	**(21)**	**(21)**

(1) valorisé au taux de clôture

L'intégralité du bilan est couvert.

Le Hors bilan en USD comporte notamment des contrats pluriannuels couvrant plusieurs sociétés du groupe . Le Groupe a choisi de couvrir une fraction de l'exposition totale en fonction de l'échéance, en veillant à couvrir l'intégralité des échéances à moins de deux ans et partiellement les échéances plus lointaines. L'exposition nette en devises, après prise en compte des couvertures pour l'ensemble du Groupe Métropole Télévision est une position acheteuse de dollars de 21M€, le risque de perte sur la position nette globale en devise du fait d'une évolution défavorable et uniforme de 0,01€ contre le dollar serait de –0,2M€.

Analyse du risque de change des activités en cours de cession

Les chiffres communiqués dans cette partie représentent la quote-part M6 dans les comptes des activités en cours de cession.

Analyse de la sensibilité au risque de change

en M€ (1)	USD	GBP	Total
Actifs	0		0
Passifs	(0)	(0)	(1)
Hors bilan	(30)	(5)	(35)
Position avant gestion	(29)	(5)	(34)
Couvertures	4	3	7
Position nette après gestion	**(25)**	**(2)**	**(27)**

(1) valorisé au taux de clôture

L'exposition nette consolidée en devise (contre-valorisée en euro aux cours de clôture) après prise en compte des couvertures est une position acheteuse de devises pour 27 M€. TPS, de par son activité, a souscrit des contrats d'achats de droits pluriannuels, qui expliquent l'importance des montants d'exposition du hors bilan.

Le risque de perte sur la position nette globale en devise du fait d'une évolution défavorable et uniforme de 0,01€ contre la totalité des devises concernées serait de – 0,3 M€.

13.2.2. Risque de taux

Analyse de la sensibilité au risque de taux des activités poursuivies

Échéancier des actifs et des dettes financières au 31/12/05

En M€	< 1an	de 1 à 5 ans	Total
Passifs financiers à taux variable	(2)	(5)	(7)
Total dettes financières	**(2)**	**(5)**	**(7)**
Actifs financiers à taux variable	236	6,6	243
Autres actifs financiers non exposé	7		7
Total actifs financiers	**244**	**7**	**250**

Analyse de la sensibilité pour les positions nettes à taux variable à moins d'un an

	Taux variable <1 an	Taux variable >1 an	Non exposé	Total
Passifs financiers	(2)	(5)	-	(7)
Actifs financiers	236	6,6	7	250
Position nette	**235**	**2**	**7**	**244**

La position à taux variable du Groupe est une position active de 235 M€ correspondant au placement des liquidités excédentaires du Groupe. Cette position est majoritairement composée de SICAV ou FCP monétaires, ou de prêts à taux variables sélectionnés sur des critères précis de risque crédit,de risque de liquidité et dans le respect de la procédure de placement du groupe M6 (décrite en paragraphe 4. Politique de gestion de trésorerie).

Les seules dettes du Groupe, hors TPS , au 31 décembre 2005 comprennent :

- la quote-part de dette auprès des co-actionnaires des sociétés codétenues
- deux financements Moyen Terme mis en place par une filiale pour l'acquisition de locaux.

Analyse de la sensibilité au risque de taux des activités en cours de cession

Les chiffres communiqués dans cette partie représentent la quote-part M6 dans les comptes des activités en cours de cession.

En M€	Taux fixe	Taux variable <1 an	Non exposé	Total
Passifs financiers (dettes financières)	6	50	0	56
Actifs financiers (VMP et disponibilité)		(2)		(2)
Position nette avant gestion	**6**	**48**	**0**	**54**
Couverture de taux : swap payeur taux fixe	27	(27)		
Position nette après gestion	**34**	**21**	**0**	**54**

Compte tenu du portefeuille des couvertures de taux au 31 décembre 2005, la situation nette après gestion à taux variable à moins d'un an est une position passive de 21 M€.

Une hausse instantanée d'un point de taux d'intérêt à court terme engendrerait une dégradation du résultat financier des activités en cours de cession (TPS) de 0,2 M€ ; ce qui représenterait une augmentation des charges financières pour ces mêmes activités (nettes des produits de placement) de 11 % pour l'ensemble de l'exercice 2005. Pour le Groupe M6 cette augmentation de 0,2 M€ des charges financières aurait représenté une baisse de son résultat financier de 7 % pour l'ensemble de l'exercice 2005.

13.2.3. Risque sur action

La valeur nette de l'autodétention est alignée sur le cours de bourse sauf en ce qui concerne les actions propres détenues en couverture des plans d'option d'achat d'actions pour lesquelles le prix d'exercice a été retenu, quand celui-ci est inférieur au prix d'acquisition ou de marché.

La position nette globale des titres du portefeuille d'actions propres est de 12,5 M€. Seules les actions détenues en vue d'attribution d'actions gratuites et d'animation du contrat de liquidité présentent une sensibilité à la variation du cours de l'action, compte tenu des provisions précédemment effectuées sur les actions détenues en vue de l'attribution d'option d'achat d'actions.
Une variation de 10 % du cours de l'action M6 aurait en conséquence un impact de l'ordre de 0,68 M€ sur la valeur des actions d'autocontrôle.

13.2.4. Risque de liquidité

Risque de liquidité des activités poursuivies

Le Groupe M6 n'est exposé à aucun risque de liquidité, compte tenu de la position de trésorerie du Groupe, et du fait qu'il n'utilise pas de dérivés de crédit.

Risque de liquidité des activités en cours de cession

La liquidité du groupe TPS est importante au 31 décembre 2005 puisque le groupe dispose de lignes de crédit bilatérales confirmées pour 84.8 M€ (en quote-part M6), dont les maturités sont majoritairement comprises entre un et cinq ans. Au 31 décembre 2005, l'utilisation de ces lignes s'élève à 18,4 M€ soit un taux d'utilisation de 21,7 %.

Risque de crédit

Les lignes de crédits confirmées contractés par le groupe TPS ne comportent aucun *covenant financier* et aucun *trigger event*.

13.3. Risques juridiques

13.3.1. Risques liés à la réglementation

M6 est une chaîne privée hertzienne nationale en clair, initialement autorisée pour 10 ans à compter du 1er mars 1987 (soit jusqu'au 28 février 1997), dans le cadre du régime fixé par l'article 30 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication.
Financée principalement par la publicité, M6 est soumise aux obligations générales de cette catégorie juridique et aux obligations particulières de sa convention.

L'autorisation de M6 a été reconduite en juillet 1996 et en juillet 2001 pour 2 périodes successives de 5 ans à compter du 1er mars 1997 et du 1er janvier 2002.
Ces reconductions ont fait l'objet, conformément aux dispositions de la loi du 30 septembre 1986, de négociations avec le CSA.
La Convention du 24 juillet 2001, qui vient à expiration le 1er janvier 2007, couvrira une période de 5 années supplémentaires puisque M6 bénéficie du droit de priorité prévu par la loi de 1986 modifiée, pour la reprise de son service en numérique terrestre, soit jusqu'au 1er janvier 2012.

Les conséquences les plus graves d'un éventuel non-respect des engagements de M6 se situent au niveau du renouvellement de l'autorisation. L'article 28-1-I-2° de la loi du 30 septembre 1986 dispose que les autorisations peuvent ne pas être reconduites, hors appel aux candidatures, si une sanction dont le diffuseur a fait l'objet est de nature à justifier que cette autorisation ne soit pas reconduite hors appel à candidature.

La société estime que les infractions qui pourraient fonder un tel refus seraient un non-respect répété des points les plus importants de son cahier des charges.

À cet effet, M6 a mis en place un suivi quotidien des quotas de diffusion et de production. De même, un de ses services est consacré à la surveillance de l'antenne et veille quotidiennement à ce que le contenu des émissions soit conforme à la réglementation en vigueur.

La *Loi sur l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées*, adoptée le 11 février 2005, introduit pour les chaînes dont l'audience atteint ou dépasse 2,5 %, l'obligation de sous-titrer l'ensemble de leurs programmes pour les sourds et les malentendants, à l'exception de la publicité, dans un délai de 5 ans. À compter de 2006, la chaîne M6 devra donc progressivement sous-titrer une part croissante de ses programmes, selon une montée en charge lui permettant d'atteindre l'objectif fixé en 2010. Ce point fait actuellement l'objet d'une négociation avec le CSA et viendra bientôt modifier l'article 34 de la convention, qui prévoyait initialement un sous-titrage de 1000 heures par an à partir de 2006.

Il n'y a pas de nouvelle réglementation adoptée depuis le début de l'exercice 2006 qui pourrait avoir un impact significatif sur le Groupe Métropole Télévision.

En revanche, la transposition par la France de la directive européenne Télévision sans Frontières, dans son cadre actuel, sur les limitations en matière de publicité, aurait un effet favorable sur les chaînes de télévision en assouplissant notamment les règles en matière de volume publicitaire.

Par ailleurs, le décret du 7 octobre 2003 autorise la publicité pour le secteur de la distribution sur les chaînes hertziennes nationales à compter du 1er janvier 2007, le secteur étant déjà autorisé à faire de la publicité sur les chaînes du câble et du satellite depuis le 1er janvier 2004.

13.3.2. Risques en matière de propriété intellectuelle, droits de la presse et de la personnalité

L'activité de diffusion de programmes audiovisuels produits en interne ou délivrés par des tiers est susceptible d'engendrer des revendications de diverses natures au titre de la violation des dispositions propres aux droits de la propriété intellectuelle, aux droits de la personnalité et au droit de la presse.

Aucun dispositif contractuel ne peut protéger totalement le Groupe Métropole Télévision de tout recours, notamment en matière d'action pénale fondée sur la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.

Par ailleurs les activités de diversification du Groupe Métropole Télévision sont également susceptibles de générer des revendications propres fondées sur les droits précités.

Néanmoins, des dispositifs sont mis en place au sein du Groupe Métropole Télévision de façon à protéger celui-ci de ce type de risques : mécanismes contractuels (clauses de garanties) et procédures internes (conseils aux chargés de production, pré-visionnages, guidelines…) qui permettent de diminuer les risques de façon importante.

13.4. Risques opérationnels majeurs

Pour la chaîne M6 et les chaînes thématiques qu'il contrôle, le Groupe met tout en œuvre pour assurer une diffusion permanente de ses programmes.
Tout événement exceptionnel qui entraînerait une non-accessibilité aux différents bâtiments du Groupe Métropole Télévision pourrait avoir un impact sur l'activité, et pour cette raison, le Groupe a encore renforcé les procédures tendant à garantir la « continuité de service » de ses processus clés en les sécurisant sur un site externe protégé.

13.4.1. Risques de diffusion et de transport du signal

Les programmes de M6 sont actuellement diffusés auprès des foyers français :
• par faisceaux hertziens via les 107 sites d'émission principaux et 856 stations de réémission de TDF,
• par satellite, à savoir Atlantic Bird 3 pour la diffusion en clair et Hot Bird pour la diffusion sur TPS,
• par câble (obligation dite du « must-carry analogique » à la charge des câblo-opérateurs).

La société TDF assure le transport (alimentation des sites de diffusion avec le signal M6) et la diffusion des programmes M6 (ainsi que l'ensemble des chaînes nationales) de manière conjointe via son réseau hertzien terrestre et satellitaire.
TDF est le seul opérateur national de diffusion du signal analogique hertzien de télévision, et il n'existe pas en l'état d'offres alternatives de substitution de réseau TDF.

Dans le cadre du lancement de la télévision numérique terrestre, le Groupe M6 s'appuie au travers du multiplex R4 sur les trois opérateurs existants sur le marché français (TDF, Towercast, Antalis).
M6 se trouve ainsi placée dans une situation de dépendance pour la diffusion de son signal, et ne peut faire appel à d'autres modes de transport en cas de défaillance du réseau TDF.
Les sites de diffusion sont en grande partie sécurisés grâce à la redondance des émetteurs de diffusion.
En revanche, le système d'antennes n'est pas à l'abri d'incidents (antennes, guide d'onde et multiplexeur en fréquences), et l'alimentation en énergie peut échapper à la vigilance de TDF (responsabilité d'EDF).
Le préjudice que pourrait subir M6 en cas d'arrêt d'un émetteur est bien sûr proportionnel au bassin de téléspectateurs desservis par l'émetteur défaillant. C'est pourquoi M6 a négocié des délais très brefs d'intervention des services de TDF en cas de panne.

13.4.2. Risques industriels et environnementaux

Le Groupe Métropole Télévision exerce des activités qui, structurellement, ne présentent pas d'impacts environnementaux significatifs et estime donc ne pas encourir de risques industriels et environnementaux du fait des réglementations existantes.
Cependant, le Groupe Métropole Télévision souhaite assumer ses responsabilités en matière de respect de l'environnement et dans ce but, pratique notamment une politique de recyclage des déchets liés à son activité qui s'applique aux piles, aux cartouches lasers, aux néons, aux cassettes vidéos à travers un Centre d'Aide par le Travail.

La consommation des ressources en eau, matières premières et énergie est suivie et contrôlée par les Services Généraux du Groupe, dans une démarche de réduction des consommations et de mise en place d'équipements visant à améliorer l'efficacité énergétique. Ainsi, le principal site du Groupe a été équipé en 2002 d'une vanne de régulation permettant de diminuer la consommation en gaz de 40 % depuis cette date. Une gestion technique centralisée, permettant la prise en main à distance par les agents des points de consigne de climatisation et de chauffage, a été mise en place, autorisant la régulation à distance de la température des locaux en fonction de critères tels que par exemple le niveau d'occupation des différentes zones.

Les consommations de ressources en eau, énergie, ainsi que les rejets de CO2 et la production de déchets ont évolué comme suit :

Consommation d'eau en milliers de mètres cubes
2004 : 24,9 milliers m^3
2005 : 24,6 milliers m^3

Consommation d'énergie électrique (en KwH)
2004 : 6 554 870 Kwh
2005 : 7 281 992 Kwh
La hausse constatée entre 2004 et 2005 s'explique essentiellement par la mise en place d'équipements supplémentaires de montage de programmes.

Rejet de CO2 (en millions de kilogrammes)
2004 : 0,437 millions de Kg
2005 : 0,431 millions de Kg

Production de déchets (en tonnes)
2004 : 225 Tonnes
2005 : 228 Tonnes
La hausse constatée entre 2004 et 2005 s'explique principalement par l'augmentation du nombre de salariés.

13.5. Assurances

Le Groupe Métropole Télévision développe une politique prudente d'analyse et de prévention de ses risques destinée à en limiter à la fois la survenance et l'ampleur. Pour compléter ces efforts, le Groupe Métropole Télévision a mis en place un plan de polices d'assurances destiné à couvrir ses principaux risques et dispose ainsi des couvertures adéquates, en fonction de son évaluation des risques, de ses capacités propres et des conditions du marché de l'assurance.
Le Groupe Métropole Télévision s'assure de la permanente adéquation de ses polices d'assurances avec ses besoins.
Les principales polices d'assurances souscrites, hors FC Girondins de Bordeaux qui dispose de ses propres polices d'assurances, sont listées ci-après pour les principaux risques couverts (les informations ci-dessous sont données à titre indicatif).

Assurance "dommages"

Police : Multirisques industrielle et professionnelle
Assurés : MÉTROPOLE TÉLÉVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées.
Garanties : dommages à hauteur de 40 000 000 € par sinistre et par année d'assurance.
Police : Tous risques matériels techniques et informatiques
Assurés : MÉTROPOLE TÉLÉVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées.
Garanties : conséquences pécuniaires à la suite de toutes pertes matérielles directes ou tous dommages matériels directs causés aux matériels à hauteur de 20 000 000 € par sinistre et par année d'assurance.

Assurance "Responsabilité civile"

Police : Responsabilité civile exploitation et professionnelle
Assurés : METROPOLE TELEVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées, groupements crées par ou pour le personnel, des représentants légaux ainsi que des préposés des assurés.
Garanties : conséquences pécuniaires de la responsabilité civile de l'Assuré pour tous dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs causés aux tiers du fait des activités de l'entreprise à hauteur de 16 000 000 € par sinistre tous dommages confondus pour la "Responsabilité civile exploitation" et de 7 000 000 € par sinistre et par année d'assurance tous dommages confondus pour la "Responsabilité civile professionnelle".

Assurance "responsabilité civile des mandataires sociaux"

Assurés : METROPOLE TELEVISION, l'ensemble des dirigeants [1] (de droit ou de fait) et administrateurs de Métropole Télévision et ses filiales.
Garanties : conséquences pécuniaires de la responsabilité civile des dirigeants à hauteur de 11 500 000 € par période d'assurance.
[1] *Dirigeants et administrateurs : personnes physiques passées, présentes ou futures, régulièrement investies au regard de la loi et des statuts dans les filiales.*

Pour l'année 2005 le coût annuel des primes d'assurances était pour le Groupe de 902 K€ (y compris le Football Club des Girondins de Bordeaux).
L'ensemble des contrats d'assurance du Groupe M6 a été reconduit pour 2006 sur des bases similaires à celles de l'exercice 2005.
Il n'existe pas de compagnie d'assurance captive.

14. Importants contrats des 24 derniers mois

L'accord sur TPS, tel que décrit dans le paragraphe « Faits marquants », est le seul contrat important conclu hors du cadre normal des affaires par le Groupe M6 au cours des 24 derniers mois.

15. Ressources humaines

15.1. Effectifs

a. Effectif total, embauches (CDI / CDD), licenciements et motifs, main d'œuvre extérieure à la société.
Le nombre moyen de collaborateurs permanents employés par les sociétés du Groupe Métropole Télévision s'est élevé à 1 298 en 2005 contre 1 142 en 2004.

Hors Football Club des Girondins de Bordeaux, l'effectif moyen des salariés permanents est passé de 978 en 2004 à 1 126 en 2005.

L'augmentation du nombre moyen de collaborateurs reflète le fort niveau d'embauche de l'année 2004 qui a conduit à un effectif de 1 280 permanents au 31 décembre 2004.

Au 31 décembre 2005, l'effectif, hors Mistergooddeal, était de 1 327 permanents, dont 165 sous contrat de travail à durée déterminée. Cet effectif se répartit à raison de 538 salariés pour Métropole Télévision (soit 40% de l'effectif) et 789 pour les filiales de Métropole Télévision, soit une répartition stable en 2005 par rapport à 2004.

En 2005, 145 collaborateurs ont été embauchés sous contrat de travail à durée indéterminée (contre 165 en 2004) et la majorité de ces embauches (57 %) a été réalisée dans les sociétés du segment d'activité « Télévision Gratuite ». Enfin, plus de 20 intermittents du spectacle et journalistes pigistes ont été embauchés sous contrat de travail à durée indéterminée.

L'effectif équivalent temps plein des journalistes pigistes et intermittents du spectacle s'est élevé à 438 en 2005, contre 462 en 2004, soit une baisse de 5 %. La politique d'intégration des intermittents, menée depuis 2003, a donc été poursuivie en vue de diminuer la précarité.

Au cours de l'exercice, il a été procédé au licenciement de 12 collaborateurs pour des motifs personnels. Par ailleurs 86 collaborateurs ont quitté la société du fait d'une démission, ramenant ainsi la croissance nette des effectifs à 47 personnes.

L'âge moyen des collaborateurs progresse légèrement par rapport à 2004, atteignant 34 ans. Le Groupe Métropole Télévision emploie plus de femmes que d'hommes et leur proportion au sein du groupe progresse, atteignant ainsi - en 2005 - 52 % des collaborateurs, contre 50 % en 2004. Ce chiffre est de 56 % pour le périmettre hors Football Club des Girondins de Bordeaux. Enfin, les femmes représentent 46 % de l'effectif cadre du groupe, et 54 % si l'on considère l'effectif hors FCGB.

Le Groupe Métropole Télévision confie à des prestataires extérieurs l'accueil, le gardiennage, le nettoyage et la maintenance des locaux, la restauration collective, ainsi que la maintenance et des projets informatiques. Les sociétés sous-traitantes concernées emploient 172 collaborateurs (146 en 2004) , l'augmentation constatée provenant des prestataires utilisés par la Direction Informatique.

b. Organisation du temps de travail / Durée du travail temps plein et temps partiel / Absentéisme et motifs

Dans le respect du Code du Travail, l'ensemble des collaborateurs du Groupe bénéficie d'une réduction du temps de travail depuis février 2000, sous la forme d'une réduction en heures ou en jours selon les catégories.
Les salariés à temps partiel représentent près de 6 % des effectifs du Groupe, situation comparable à celle constatée en 2004.
L'ensemble des absences, incluant les congés payés, a représenté en 2005 16 % des heures travaillées à comparer à 16,19 % en 2004. L'absentéisme pour cause de maladie et les congés maternité se sont élevés à 5 %, inchangé par rapport à 2004.

c. Rémunérations et évolution / Charges sociales / Participation et PEE

• Rémunération et évolution

La masse salariale versée en 2005 aux effectifs permanents du groupe (hors Football Club des Girondins de Bordeaux) s'est élevée au total à 79 752 K€, contre 73 934 K€, avec un taux de charge moyen de 48 %, toutes catégories confondues.
Sur la base du nombre moyen de collaborateurs (hors Football Club des Girondins de Bordeaux) pour chacun des deux exercices, la rémunération brute moyenne des collaborateurs permanents s'est élevée en 2005 à 41 515 € contre 43 743 € en 2004.

• Participation / Épargne salariale

Il coexiste au sein du Groupe Métropole Télévision deux accords de participation distincts. L'un concerne les collaborateurs employés par les sociétés du pôle télé-achat, l'autre ceux de Métropole Télévision et de la plupart de ses filiales.

Au total, la réserve spéciale de participation au titre de l'exercice 2004, versée en 2005, s'est élevée à 5 776 411 €, soit un montant légèrement inférieur à celui de l'exercice précédent (5 976 709 € versé en 2004 au titre de 2003). 1 655 collaborateurs en ont bénéficié, dont 539 intermittents du spectacle et journalistes pigistes contre respectivement 1 583 collaborteurs dont 569 intermittents en 2004.
Le plan d'épargne Groupe a été renouvelé en décembre 2005, et prévoit un abondement employeur de 200 %, plafonné à 800 € pour 12 mois de présence. Il a concerné les collaborateurs ayant travaillé trois mois au moins au cours de la période (ou 60 prestations pour les intermittents du spectacle et les journalistes pigistes).

À ce titre, 988 personnes (près de 62 % des 1 595 collaborateurs concernés) ont souscrit au plan dépargne Goupe et le montant total des abondements versés par les sociétés du Groupe s'est élevé à 702 K€ en 2005. Pour mémoire, 943 personnes avaient souscrit en 2004 un montant total de 637 K€, abondement inclus.

Au total, la participation et les versements au titre du plan d'épargne auront représenté 6 478 K€ en 2005, contre 6 376 K€ en 2004.

En 2005, un accord d'intéressement a été conclu (hors FCGB), dans le but d'associer plus étroitement les salariés à l'amélioration des performances du Groupe et de partager les gains en matière de croissance du résultat opérationnel, réalisés du fait de leur efficacité et de leur implication. Sur la base des résultats 2005, un montant de 2 312 K€ sera versé aux salariés en 2006, au titre de 2005.

Enfin, la gestion de l'épargne salariale a été confiée à un organisme extérieur qui propose aux collaborateurs quatre fonds distincts en termes de rendement et de risque pour placer leur épargne salariale.
- FCPE FRUCTI AVENIR 3 : FCPE Diversifié Actions (70 % actions, 30 % obligations), rendement élevé mais risque important ;
- FCPE M6 Diversifié : FCPE Diversifié Taux (20 % actions, 80 % obligations), rendement modéré mais risque moindre ;
- FCPE FRUCTI AVENIR 6 : FCPE monétaire (100 % monétaire), rendement faible et sans risque.
- Un fonds d'actions Métropole Télévision

Cet organisme rend compte de sa gestion aux représentants du personnel et à la direction du Groupe au moins une fois par an.

d. Promotion et développement de carrière

En 2005, près de 85 % des collaborateurs ont formalisé leur entretien annuel avec leur responsable hiérarchique. Les critères d'évaluation, au-delà d'une appréciation des résultats obtenus au cours de l'année écoulée, portent sur le savoir-faire (technicité, organisation, capacité d'analyse, force de proposition), le savoir-être (implication – sens des résultats, esprit d'équipe – communication, disponibilité – adaptabilité, leadership) et, le cas échéant, la capacité à manager (décider, motiver, mesurer et contrôler les résultats, conduire une équipe, intégrer la dimension stratégique). Lors de ces entretiens les collaborateurs font part de leurs souhaits d'évolution et de formation.
Par ailleurs, l'ensemble des postes est proposé en ligne sur l'intranet du groupe afin de donner, la priorité aux candidatures internes. De même, les postes qui se libèrent sur des

métiers proches des compétences des intermittents leur sont proposés en priorité par rapport à une candidature externe.

e. Relations professionnelles et bilan des accords collectifs

Les comités d'entreprises, les délégations uniques du personnel et les délégués du personnel contribuent avec les comités d'hygiène et de sécurité des conditions de travail à la qualité du dialogue social. À ce titre, plus de 100 réunions se sont tenues au cours de l'année 2005.
La volonté du groupe est sans cesse réaffirmée de développer la formation et l'information des représentants du personnel et des délégués syndicaux en les associant à la mise en œuvre des grandes actions menées par le Groupe. Le dialogue social demeure ainsi une priorité. Plusieurs accords ont été conclu au cours de l'année 2005 : un accord relatif aux frais de santé, un accord d'intéressement et un accord relatif au plan d'épargne entreprise.

f. Conditions d'hygiène et de sécurité

Les conditions d'hygiène et de sécurité font l'objet d'un suivi périodique, notamment dans le cadre des réunions avec le Comité d'Hygiène et de Sécurité. À ce titre, de nombreuses mesures d'amélioration des conditions de travail ont été entreprises en 2005. Un exercice d'évacuation a été réalisé en 2005 au siège de Métropole Télévision, qui rassemble le plus grand nombre de collaborateurs dans un même immeuble.

Un local médical, situé au 89, avenue Charles de Gaulle a été mis à la disposition de la médecine du travail pour faciliter la réalisation de l'ensemble des visites médicales des sociétés situées à Neuilly.

g. Formation

La formation interne a représenté 30 % de l'ensemble des actions de formation.

Les principales formations dispensées concernent :

- le management, l'entretien d'évaluation, la cohésion des équipes, la délégation ;
- les langues étrangères et principalement l'anglais
- le développement personnel comme la gestion du temps ou la prise de parole en public
- la maîtrise d'outils informatiques et de leur environnement (ex : droit de l'audiovisuel)

Par ailleurs, au cours de l'année 2005, un projet d'entreprise a été mené conduisant à la numérisation de la rédaction nationale. Afin d'accompagner les salariés dans cette nouvelle organisation plus de 70 collaborateurs, permanents et occasionnels ont été formés aux nouveaux outils et ont acquis de nouvelles compétences. Des parcours spécifiques de formation ont été définis par population de collaborateurs concernés. Le budget de formation ainsi consacré à ce projet a été de 700 K€ en 2005. Un accompagnement devrait se poursuivre en 2006.

Le groupe a mené la négociation de deux protocoles d'accord de branche dans le domaine de la formation : l'un sur le financement de la formation dans l'audiovisuel signé le 17 janvier 2005 et l'autre sur l'application du DIF (Droit Individuel Formation) signé le 28 avril 2005.

• Politique d'accueil des jeunes diplômés et des stagiaires :
Tout nouvel arrivant du groupe est désormais invité à un séminaire d'intégration qui expose les différents métiers qui sont exercés par le groupe, ainsi que les grandes orientations stratégiques. Les personnes embauchées et les stagiaires sont accueillis dans leurs équipes par leur responsable direct. Ils bénéficient pour la plupart d'un premier entretien pour leur présenter les règles de fonctionnement de la société dans laquelle ils ont été embauché. Avant la fin de la période d'essai, le manager est invité à faire une première évaluation de son nouveau collaborateur qui est reçu à cet effet.

h. Emploi et insertion des travailleurs handicapés

Outre l'emploi direct de salariés handicapés, le Groupe Métropole Télévision sous-traite depuis plusieurs années des tâches administratives récurrentes (courriers administratifs, etc.) à des ateliers protégés.

i. œuvres sociales

Un budget de 0,9 % de la masse salariale est consacré aux œuvres sociales soit 718 K€.

15.2. Rémunération totale des 10 personnes les mieux rémunérées

Le montant versé auxs 10 personnes les mieux rémunérées du groupe s'est élevé en 2005 à 4 920 K€ contre 4 968 K€ en 2004 (avantages en nature inclus).
Les 10 personnes les mieux rémunérées comprennent les mandataires sociaux mais elles excluent les joueurs du FC des Girondins de Bordeaux en raison du caractère atypique de cette activité au sein d'un groupe de télévision privé.

16. Faits exceptionnels et litiges

Décrochages publicitaires de M6 en Suisse

Par une décision du CSA en date du 8 octobre 2001, M6 a été autorisée à effectuer des décrochages publicitaires en Suisse de son programme, dans le cadre d'une retransmission secondaire, et en application des dispositions de la convention internationale du Conseil de l'Europe « Télévision transfrontière ».

Cette retransmission a fait l'objet de quatre recours contentieux de la part de la SSR, dont un seul reste pendant :
- deux recours pour obtention de mesures provisoires devant le Tribunal de Fribourg (en première instance et en appel) visant à obtenir l'interdiction de diffusion de tout ou partie du programme M6 incluant les décrochages publicitaires. La SSR a été déboutée de ses demandes ;
- une action devant le Conseil d'État en France, lequel a rendu une décision le 21 novembre 2003, validant l'application exclusive du droit français pour la diffusion de M6 en Suisse, sous réserve que les décrochages publicitaires respectent conjointement les droits français et suisse ;
- une action au fond devant le Tribunal de Fribourg, visant à faire reconnaître que la diffusion de M6 constitue une violation des droits d'auteurs et des actes de concurrence déloyale. Le jugement doit être rendu vers le milieu de l'année 2006.

Par ailleurs, début 2005, M6 a contesté devant le Conseil d'Etat la demande du CSA de modifier la convention du 8 octobre 2001 pour y intégrer des dispositions d'un décret de 2002. Selon M6, une telle modification aurait pour effet de dénaturer son projet en alignant le régime juridique de son signal suisse sur celui des chaînes du câble et du satellite. L'arrêt est attendu courant 2006.

Recours du Groupe Bouygues

Le Groupe Bouygues avait formé un recours contre la décision du CSA autorisant la re-composition du capital de Métropole Télévision résultant du désengagement partiel de Suez. Le Conseil d'État, dans une décision rendue publique le 20 avril 2005, a rejeté la requête de la société Bouygues. Cette décision a validé définitivement l'agrément délivré par le CSA et conforté les pleins droits de tous les actionnaires de la société M6.

Recours des Groupes TF1 et NRJ

TFI et NRJ ont formé des recours devant le Conseil d'État contre la décision du CSA de mars 2005 qui modifie certaines des dispositions de la convention de W9 (ex M6-Music). L'instruction des dossiers est en cours.

À la connaissance de la société, il n'existe pas d'autre litige, procédure gouvernementale, procédure judiciaire ou d'arbitrage, ou fait exceptionnel susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat l'activité et le patrimoine de la société et du groupe.

17. Honoraires des Commissaires aux Comptes

Honoraires de commissariats aux comptes au titre de l'exercice 2005, et autres honoraires facturés en 2005

(en K€)	Ernst & Young		KPMG		TOTAL	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Audit						
Commissariat aux comptes, certification des comptes individuels et consolidés	354	303	273	251	627	554
Autres prestations directement liées à la mission du commissariat aux comptes	75		45	23	120	23
Sous-total	**429**	**303**	**318**	**274**	**747**	**577**
Autres prestations						
Juridique, fiscal, social						
Technologies de l'information						
Contrôle interne						
Autres (à préciser si > 10 % des honoraires d'audit) (1)	-	77	-	81	-	158
Sous-total	**-**	**77**	**-**	**81**	**-**	**158**
TOTAL	**429**	**380**	**318**	**355**	**747**	**735**

(1) Passage aux normes IFRS

18. Document d'information annuel

Conformément à l'article 221-1-1 du Règlement Général de l'AMF, la société M6 - Métropole Télévision, cotée sur l'Eurolist, compartiment A, a établi un document d'information annuel mentionnant toutes les informations publiées ou rendues publiques au cours des 12 derniers mois en France, afin de satisfaire à ses obligations législatives ou réglementaires en matière d'instruments financiers, d'émetteurs d'instruments financiers et de marchés d'instruments financiers.
Ce document, qui comprend les informations suivantes, sera mis en ligne sur le site de l'AMF.

Communiqués et avis

Chiffre d'affaires

• 27 janvier 2005 : chiffre d'affaires du 4e trimestre 2004 et de l'exercice 2004. Publication au BALO du 11 février 2005 (n° 18)
• 28 avril 2005 : chiffre d'affaires du 1er trimestre 2005. Publication au BALO du 13 mai 2005 (n°57)
• 27 juillet 2005 : chiffre d'affaires du 2e trimestre et du 1er semestre 2005. Publication au BALO du 24 août 2005 (n°101)
• 27 octobre 2005 : chiffre d'affaires du 3e trimestre 2005. Publication au BALO du 23 décembre 2005 (n°153)
• 31 janvier 2006 : chiffre d'affaires du 4e trimestre 2005. Publication au BALO du 8 février 2006 (n°17)

Résultats annuels et semestriels

• 8 mars 2005 : résultats au 31 décembre 2004. Publication au BALO du 13 avril 2005 (n°44)
• 31 août 2005 : résultats au 30 juin 2005. Publication au BALO du 11 novembre 2005 (n°135)
• 8 mars 2006 : résultats au 31 décembre 2005.

Autres communiqués

• 11 avril 2005 : résumé de la note d'information relative au programme de rachat d'actions
• 13 juillet 2005 : Bilan semestriel du contrat de liquidité
• 7 octobre 2005 : M6 devient le 1er diffuseur en clair en nombre de matchs de la Coupe du Monde de Football 2006
• 15 novembre 2005 : Le Groupe M6 acquiert, au travers de sa filiale HSS, Mistergooddeal.com
• 11 décembre 2005 : VU – TF1 – M6 : Projet d'accord en télévision payante
• 16 décembre 2005 : VU – TF1 – M6 : Projet de rapprochement industriel dans la télévision payante

Avis

• Avis de réunion valant avis de convocation : Publication au BALO du 25 mars 2005 (n°36)
• Avis de convocation : Publication dans Les Petites Affiches du 13 avril 2005
• Droits de vote à l'AGM du 28 avril 2005 : Publication au BALO du 4 mai 2005 (n°53)
• Avis de réunion valant avis de convocation : Publication au BALO du 22 mars 2006 (n°35)

Opérations

• 8 avril 2005 : Note de programme de rachat d'actions, visa 05-0241

Déclarations

• Janvier 2005 – février 2006 : déclarations mensuelles des achats et cessions d'actions propres.

Document de référence

• 14 avril 2005 : Dépôt AMF n° 05-0428

19. Autres mentions

Les autres mentions du rapport de gestion figurent dans la partie « Informations Juridiques » du rapport financier, et notamment dans la présentation des résolutions (se référer à la Table de Concordance en fin de document).

Informations financières

A- Comptes consolidés au 31 décembre 2005 124

I. Bilan

II. Compte de résultat

III. Tableau de financement

IV. Capitaux propres

B- Annexe aux comptes consolidés annuels IFRS 2005 129

Transitions aux normes IFRS :

Tableau de passage du compte de résultat consolidé 2004

Tableau de passage du bilan consolidé au 31/12/2004

Tableau de passage du tableau de financement consolidé au 31/12/2004

Tableau de passage du bilan consolidé au 01/01/2004

Rapport général des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés

C- Comptes sociaux au 31 décembre 2005 180

I. Bilan

II. Compte de résultat

III. Tableau de financement

D- Annexe aux comptes sociaux 184

Rapport général des Commissaires aux Comptes sur les comptes sociaux

Rapport des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

A. Comptes consolidés au 31 décembre 2005

I. Bilan consolidé (En millions d'euros)

Actif

RUBRIQUES	Note N°	31/12/2005	31/12/2004 NOTE B
Goodwill	13	61,3	114,6
Droits audiovisuels		62,9	41,1
Fonds commercial		0,2	0,6
Autres immobilisations incorporelles		14,7	22,9
Av. et acomptes sur immobilisations		30,3	29,4
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	**12**	**169,4**	**208,6**
Terrain		7,8	7,8
Constructions		36,1	37,0
Installations techniques		10,9	8,6
Autres immobilisations corporelles		6,4	31,7
Immobilisations en cours		0,6	1,7
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	**11**	**61,8**	**86,8**
Actifs financiers disponibles à la vente	14	0,3	8,2
Autres actifs financiers non courants	15	6,3	7,7
ACTIFS FINANCIERS		**6,6**	**16,0**
Actifs d'impôts différés	7	30,1	31,4
ACTIF NON COURANT		**267,9**	**342,8**
Stocks de droits de diffusion	19	115,7	109,5
Autres stocks	19	21,1	8,7
Créances clients nettes	20	244,4	237,1
Autres actifs courants	20	295,6	296,3
Instruments financiers dérivés	15	0,5	-
Actifs financiers courants		0,2	29,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	21	243,1	211,5
ACTIF COURANT		**920,6**	**892,3**
Actifs liés aux activités en cours de cession	8	201,8	-
TOTAL GÉNÉRAL		**1 390,3**	**1 235,1**

Passif

RUBRIQUES	Note N°	31/12/2005	31/12/2004 NOTE B
Capital social		52,8	52,8
Prime d'émission		24,2	24,2
Actions propres		-23,0	-59,4
Réserves consolidées		294,0	299,4
Autres réserves		-0,1	-4,5
Résultat net part du groupe		156,2	128,8
FONDS PROPRES PART DU GROUPE		**504,1**	**441,3**
Capitaux propres des intérêts minoritaires		0,2	-0,4
CAPITAUX PROPRES	**22**	**504,3**	**440,9**
Provisions non courantes	18	9,1	17,4
Dettes financières	23	5,1	5,7
Crédit bail	23	-	6,4
Autres dettes non courantes	25	-	40,4
Dettes sur immobilisations non courantes	25	7,8	-
Passifs d'impôts différés	7	5,4	6,2
PASSIF NON COURANT		**27,4**	**76,2**
Provisions courantes	24	56,3	63,2
Dettes financières	23	1,7	29,2
Instruments financiers dérivés	23	-	5,9
Crédit bail	23	-	3,9
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	25	296,4	308,7
Dettes fiscales et sociales	25	209,4	201,1
Autres passifs courants	25	54,6	77,2
Dettes sur immobilisations	25	20,9	28,8
PASSIF COURANT		**639,3**	**718,0**
Passifs liés aux activités en cours de cession	8	219,3	-
TOTAL GÉNÉRAL		**1 390,3**	**1 235,1**

II. Compte de résultat consolidé (En millions d'euros)

Rubriques	Note N°	31/12/2005 Activités poursuivies	31/12/2005 Activités en cours de cession	31/12/2005 Total activités	31/12/2004 Activités poursuivies	31/12/2004 Activités en cours de cession	31/12/2004 Total activités NOTE A
Chiffre d'affaires		1 079,9	194,8	1274,7	1 012,2	185,4	1 197,6
Autres produits opérationnels	6.1	50,8	1,3	52,1	53,2	2,6	55,8
Total des produits opérationnels		**1 130,7**	**196,1**	**1 326,8**	**1 065,4**	**188,0**	**1 253,4**
Consommations et autres charges opérationnelles	6.2	-628,5	-154,8	-783,3	-580,6	-157,7	-738,3
Charges de personnel (yc participation)	6.4	-161,9	-19,8	-181,7	-149,7	-16,8	-166,5
Impôts, taxes et versements assimilés		-51,4	-3,0	-54,4	-52,0	-2,6	-54,6
Dotations aux amort. et aux prov. (nettes de reprises)	6.3	-67,8	-9,8	-77,6	-71,7	-10,3	-82,0
Perte de valeur des actifs non amortissables	6.3	-0,8	-	-0,8	-3,6	-	-3,6
Plus-value sur cessions d'immobilisations		13,3	-	13,3	-	-	-
Total des charges opérationnelles		**-897,1**	**-187,4**	**-1 084,5**	**-857,6**	**-187,4**	**-1 045,0**
Résultat opérationnel		**233,6**	**8,7**	**242,3**	**207,8**	**0,6**	**208,4**
Produit de la trésorerie		5,3	-	5,3	4,4	-0,4	4,0
Coût de l'endettement		-0,3	-2,0	-2,3	0,0	-1,4	-1,4
Réévaluation des instruments dérivés		0,2	1,4	1,6	-1,1	-1,4	-2,5
Autres éléments financiers		-2,5	-0,3	-2,8	0,7	-0,7	-
Résultat financier	**6.5/6.6**	**2,7**	**-0,9**	**1,8**	**4,0**	**-3,9**	**0,1**
Part dans les sociétés associées		-	-	-	-0,6	-	-0,6
Résultat courant avant impôt		**236,3**	**7,8**	**244,1**	**211,2**	**-3,3**	**207,9**
Impôt sur le résultat	7	-85,1	-2,7	-87,8	-80,8	1,2	-79,6
Résultat net consolidé		**151,2**	**5,1**	**156,3**	**130,4**	**-2,1**	**128,3**
Intérêts minoritaires		-0,1	-	-0,1	0,5	-	0,5
Résultat part du Groupe		**151,1**	**5,1**	**156,2**	**130,9**	**-2,1**	**128,8**
Nombre d'actions en circulation (en milliers)		131 043	-	131 043	130 678	-	130 678
Résultat net par action (en Euros)		1,153	0,039	1,192	0,998	-0,016	0,982
Résultat net Part du groupe par action (en Euros)		1,153	0,039	1,192	1,001	-0,016	0,985
Résultat net dilué par action (en Euros)		1,149	0,039	1,188	0,987	-0,016	0,971

III. - Tableau de financement consolidé (En millions d'euros)

Rubriques		31/12/2005	31/12/2004 NOTE C
Résultat opérationnel		242,3	208,4
Amortissements et provisions hors actifs circulants		101,8	77,6
Plus values et moins values de cession		-26,1	-5,1
Produits perçus de la trésorerie nette		5,1	4,0
Intérêts payés		-2,3	-1,4
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		4,0	2,5
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT D'EXPLOITATION AVANT IMPOT		**324,8**	**286,0**
Variations d'exploitation	Stocks nets	-33,4	-9,4
	Créances d'exploitation nettes	-63,4	22,8
	Dettes d'exploitation	57,9	4,5
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT d'EXPLOITATION		**-38,9**	**17,9**
Impôt sur les sociétés décaissé		**-75,4**	**-107,5**
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		**210,5**	**196,4**
	Dont activités en cours de cession	*16,2*	*44,5*
Opérations d'investissement non courant	Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-79,3	-67,2
	Acquisitions d'immobilisations corporelles	-17,6	-17,9
	Acquisitions d'immobilisations financières	-1,6	-0,7
	Dettes sur immobilisations	6,7	-2,7
	Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales	-48,7	-20,7
	Trésorerie nette résultant des cessions de filiales	5,0	-
	Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	13,2	8,2
	Cessions ou réductions d'immobilisations financières	1,4	0,2
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT NON COURANT		**-120,9**	**-100,8**
	Dont activités en cours de cession	*-12,4*	*-8,8*
Opérations de financement et d'investissement courant	Augmentation/réduction de capital	-	4,0
	Actifs financiers courants	44,2	-
	Passifs financiers	-0,4	-35,8
	Acquisition / cession d'actions propres	10,2	4,7
	Dividendes versés aux actionnaires de la sté mère	-110,0	-86,2
	Dividendes versés aux minos des stés intégrées	-	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT ET D'INVESTISSEMENT COURANT		**-56,0**	**-113,3**
	Dont activités en cours de cession	*-3,4*	*-35,7*
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE		**33,6**	**-17,7**
	Dont activités en cours de cession	*0,4*	*-*
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		**211,5**	**229,2**
	Dont activités en cours de cession	*1,6*	*1,6*
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLOTURE		**245,1**	**211,5**
	Dont trésorerie et équivalents de trésorerie des activités poursuivies	*243,1*	*209,9*
	Dont trésorerie et équivalents de trésorerie des activités en cours de cession	*2,0*	*1,6*

IV. Capitaux propres consolidés IFRS

(En millions d'euros)

	Capital social	Prime d'émission	Actions propres	Réserves consolidées	Résultat Groupe	Autres réserves(*)	Capitaux propres part du Groupe	Capitaux propres intérêts minoritaires	Capitaux propres
Situation au 1er janvier 2004	**52,8**	**24,2**	**-64,1**	**384,6**	**-**	**-4,3**	**393,2**	**-1,2**	**392,0**
Variations de capital de l'entreprise consolidante							-	-	-
Résultat consolidé de l'exercice (part du groupe)					128,8		128,8	-0,5	128,3
Dividendes distribués				-87,6			-87,6	-	-87,6
Variation de la valeur des instruments dérivés						-0,2	-0,2	-	-0,2
Stocks options				2,4			2,4	-	2,4
Actions propres			4,7				4,7	-	4,7
Autres mouvements							-	1,3	1,3
Situation au 31 décembre 2004	**52,8**	**24,2**	**-59,4**	**299,4**	**128,8**	**-4,5**	**441,3**	**-0,4**	**440,9**
Variations de capital de l'entreprise consolidante							-	-	-
Résultat consolidé de l'exercice (part du groupe)					156,2		156,2	0,1	156,3
Affectation du résultat 2004				128,8	-128,8		-	-	-
Dividendes distribués				-110,0			-110,0	0,4	-109,6
Variation de la valeur des instruments dérivés				-1,6		4,4	2,8	-	2,8
Stocks options				4,0			4,0	-	4,0
Actions propres			36,4	-26,2			10,2	-	10,2
Autres mouvements				-0,4			-0,4	0,1	-0,3
Situation au 31 décembre 2005	**52,8**	**24,2**	**-23,0**	**294,0**	**156,2**	**-0,1**	**504,1**	**0,2**	**504,3**

(*) dont variations de juste valeur des instruments financiers

B. Annexe aux comptes consolidés annuels IFRS 2005

Sauf indication contraire, tous les montants cités dans l'annexe sont libellés en millions d'euros.

1. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés de Métropole Télévision au 31 décembre 2005 ont été arrêtés par le Directoire du 6 mars 2006 et examinés par le Conseil de Surveillance du 7 mars 2006. Ils seront soumis pour approbation à la prochaine Assemblée Générale du 24 avril 2006.

Métropole Télévision est une Société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, domiciliée au 89 avenue Charles de Gaulle, à Neuilly sur Seine en France. Cette société est consolidée suivant la méthode de l'intégration globale dans le Groupe RTL côté sur les marchés de Bruxelles et de Luxembourg.

2. Bases de préparation et de présentation des états financiers consolidés

2.1. Référentiel comptable

Les états financiers consolidés au 31 décembre 2005 sont les premiers états financiers présentés conformément aux normes IFRS (normes internationales d'information financière) telles qu'adoptées dans l'Union Européenne.
Les normes comptables internationales comprennent les IFRS (International Financial Reporting Standards), les IAS (International Accounting Standards) et leurs interprétations (SIC et IFRIC).
Ces états financiers consolidés sont présentés avec en comparatif l'exercice 2004 établi selon le même référentiel applicable au 31 décembre 2005.

Les principes retenus pour l'établissement de ces états financiers résultent de l'application :

- de toutes les normes et interprétations adoptées par l'Union Européenne et d'application obligatoire au 31 décembre 2005 ;
- des options retenues et des exemptions utilisées.

Le bilan d'ouverture au 1er janvier 2004 a été établi conformément aux dispositions de la norme IFRS 1, les options retenues pour la première application des normes comptables internationales au 1er janvier 2004, ainsi que la nature et l'incidence des changements de principes et méthodes comptables sur le bilan d'ouverture en référentiel comptable français, ont été présentées dans le rapport annuel de l'exercice 2004. Certaines modifications ont été apportées. Ces éléments sont présentés en note 30.

Application de normes, amendements de normes et d'interprétations de normes par anticipation de leur date d'application obligatoire

Le Groupe M6 a choisi d'appliquer dès le 1er janvier 2004 les normes IAS 39 *Instruments financiers : comptabilisation et évaluation* et IAS 32 *Instruments financiers : informations à fournir et présentation*, qui sont d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2005.

Par ailleurs, le Groupe a choisi de n'appliquer par anticipation aucune norme, amendement de norme ou interprétation dont la date d'application obligatoire est postérieure au 31 décembre 2005. Le Groupe pourrait être concerné par :

- IAS 19 : *Actuarial gains and losses, group plans and disclosure* (amendement d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2006) ;
- IAS 39 : *the Fair Value Option* (amendement d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2006) ;
- IAS 39 : *Cash flow hedge accounting of forecast transactions* (amendement d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2006) ;
- IFRS 7 : *Financial Instruments disclosure* (texte d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2007) ;

• IAS 1 : *Presentation of financial statements capital disclosure* (texte d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2007).

Le Groupe M6 est toutefois en cours d'analyse des incidences de ces nouveaux textes.

Options ouvertes par le référentiel comptable international et retenues par le Groupe M6

Certaines normes comptables internationales prévoient des options en matière d'évaluation et de comptabilisation des actifs et passifs. Les options retenues par le Groupe sont présentées en note 2.5.

Par ailleurs, la norme IFRS 1 *Première adoption des IFRS* relative à la première application du référentiel international prévoit des options possibles au principe d'application rétrospective des IFRS à la date de transition (1er janvier 2004 pour le Groupe). Les options retenues par le Groupe pour la préparation de son bilan d'ouverture sont présentées en note 30.

2.2. Principes de préparation

Les états financiers consolidés sont préparés selon le principe du coût historique, à l'exception des instruments dérivés et des actifs financiers disponibles à la vente qui ont été évalués à leur juste valeur.

Les passifs financiers sont évalués selon le principe du coût amorti. Les valeurs comptables des actifs et passifs reconnus au bilan et qui font l'objet d'une couverture de juste valeur (Fair Value Hedge) sont ajustées pour tenir compte des variations de juste valeur des risques couverts.

2.3. Recours à des estimations et des hypothèses

Pour préparer ses états financiers consolidés conformément aux IFRS, la direction du Groupe M6 doit procéder à des estimations et faire des hypothèses qui affectent les montants présentés au titre des éléments d'actif et de passif inscrits au bilan consolidé, les informations fournies sur les actifs et passifs éventuels à la date d'établissement de ces informations financières ainsi que les montants présentés au titre des produits et charges du compte de résultat.

La direction revoit ses estimations et ses appréciations de manière constante, ce sur la base de son expérience passée ainsi que sur divers autres facteurs qu'elle juge raisonnables, et qui constituent le fondement de ses appréciations de la valeur comptable des éléments d'actifs et de passifs.

Les résultats réels ultérieurs pourraient différer sensiblement de ces estimations en fonction d'hypothèses ou de conditions différentes.

Ces estimations et hypothèses concernent principalement :

• L'évaluation et la valeur recouvrable des goodwills et des actifs incorporels tels que les droits audiovisuels et les coûts d'acquisition des joueurs de clubs sportifs ; l'estimation de la valeur recouvrable de ces actifs suppose en effet la détermination des flux de trésorerie résultant de l'utilisation de ces actifs ou la connaissance de la valeur de marché des actifs. Il peut s'avérer que les flux effectivement dégagés sur ces actifs diffèrent sensiblement des projections initiales. De la même façon, la valeur de marché des actifs, notamment celle des joueurs de clubs sportifs, peut évoluer et différer des évaluations préalablement retenues.

• L'évaluation des engagements de retraite dont les modalités de détermination sont détaillées en note 18.

• L'évaluation des remises commerciales (note 3.17).

2.4. Principes de présentation

Présentation du compte de résultat

Le Groupe présente le compte de résultat par nature comme le permet la norme IAS 1 « Présentation des états financiers ».

Le résultat opérationnel correspond au résultat net consolidé avant prise en compte :

• des produits financiers ;
• des charges financières ;
• des impôts sur le résultat ;
• de la part de résultat dans les sociétés associées ;
• du résultat net des activités en cours de cession.

Les activités cédées ou en cours de cession sont présentées dans une colonne distincte au compte de résultat des périodes publiées.

Classification courant / non courant

Conformément à IAS 1, le Groupe M6 présente distinctement au bilan les actifs courants et non courants, et les passifs courants et non courants. Compte tenu des activités du Groupe M6, cette classification est réalisée sur la base du délai de réalisation de l'actif ou de règlement du passif : en courant lorsque ce délai est compris dans le cycle d'exploitation et en non courant dans le cas inverse.

2.5. Options retenues en matière d'évaluation et de comptabilisation des actifs et passifs

Certaines normes comptables internationales prévoient des options en matière d'évaluation et de comptabilisation des actifs et passifs.

Dans ce cadre, le Groupe a ainsi retenu :

- de conserver la méthode de comptabilisation des stocks à leur coût initial ;
- la méthode d'évaluation au coût historique des immobilisations corporelles et incorporelles et n'a pas choisi de réévaluer ses immobilisations corporelles et incorporelles à chaque date de clôture ;
- de conserver une consolidation des entités contrôlées conjointement selon la méthode de consolidation proportionnelle, comme le prévoit par la norme IAS 31 *Participations dans les coentreprises*.

Enfin, en l'absence de normes ou interprétations applicables à une transaction spécifique, la direction du Groupe fait usage de jugement pour définir et appliquer les méthodes comptables qui permettront d'obtenir des informations pertinentes et fiables, de sorte que les états financiers :

- présentent une image fidèle de la situation financière, de la performance financière et des flux de trésorerie du Groupe ;
- traduisent la réalité économique des transactions ;
- soient neutres ;
- soient prudents ;
- et soient complets dans tous leurs aspects significatifs.

3. Principes, règles et méthodes comptables

3.1. Principes de consolidation

Filiales

La méthode de l'intégration globale est appliquée aux états financiers des filiales que Métropole Télévision contrôle de manière exclusive. Les acquisitions ou cessions de sociétés intervenues en cours d'exercice sont prises en compte dans les états financiers consolidés à partir de la date de prise du contrôle ou jusqu'à la date de perte du contrôle effective. La méthode de l'intégration globale mise en oeuvre est celle par laquelle les actifs, passifs, produits et charges sont entièrement intégrés. La quote-part de l'actif net et du bénéfice net attribuable aux actionnaires minoritaires est présentée distinctement en tant qu'intérêts minoritaires dans les capitaux propres au bilan consolidé et au compte de résultat consolidé.

Coentreprises

Les sociétés sous contrôle conjoint (le contrôle conjoint est le partage du contrôle d'une entreprise exploitée en commun par un nombre limité d'associés ou d'actionnaires de sorte que les décisions financières et opérationnelles résultent de leur accord) sont consolidées par intégration proportionnelle, conformément à l'IAS 31, *Information financière relative aux participations dans les coentreprises*, qui maintient cette possibilité.
Selon cette méthode, le Groupe inclut sa quote-part dans les actifs, passifs, produits et charges de la filiale dans les postes appropriés des états financiers consolidés.

Entreprises associées

La mise en équivalence s'applique à toutes les entreprises associées dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable. L'influence notable est présumée quand le pourcentage de droits de vote est supérieur ou égal à 20 %. Selon cette méthode, le Groupe comptabilise au bilan le montant de sa quote-part dans l'actif net de l'entreprise associée et enregistre sur une ligne spécifique du compte de résultat consolidé intitulée "Part dans les sociétés associées" sa quote-part du résultat net de l'entreprise consolidée par mise en équivalence.

Transactions éliminées en consolidation

Toutes les opérations ainsi que les comptes réciproques entre les sociétés consolidées du Groupe sont éliminées en totalité pour les filiales. Dans le cas de sociétés consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle, les transactions réciproques sont éliminées à hauteur de la quote-part d'intérêt du Groupe dans ces sociétés. L'existence et l'effet des droits de vote potentiels exerçables ou convertibles à la date de clôture sont pris en considération dans le cadre de la détermination du contrôle ou de l'influence notable exercé sur l'entité.

Conformément à IFRS 5, les actifs et les passifs des entités contrôlées considérées détenues en vue de la vente sont présentés sur des lignes distinctes du bilan. Par ailleurs, le résultat des activités en cours de cession est présenté sur une colonne distincte en 2004 et 2005.
L'incidence sur le bilan et le compte de résultat correspond aux comptes consolidés de l'activité en cours de cession, et aux effets des éliminations des transactions intra-groupe des activités poursuivies vis à vis de l'activité en cours de cession.

Toutes les sociétés consolidées clôturent leur exercice au 31 décembre.

Périmètre M6			31/12/2005		31/12/2004	
Société	Forme	Activité	% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation
ANTENNE M6						
Métropole Télévision - M6	SA	Société mère	-	IG	-	IG
M6 Publicité	SAS	Régie publicitaire	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Bordeaux	SAS	Décrochage local	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Toulouse	SAS	Décrochage local	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Immobilière M6	SA	Immeuble de Neuilly	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SCI du 107	SCI	Immeuble de Neuilly	100,00 %	IG	100,00 %	IG
C. Productions	SA	Production d'émissions	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Films	SA	Coproduction de films	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Métropole Production	SA	Production d'œuvres audiovisuelles	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Studio 89 Productions	SAS	Production d'émissions audiovisuelles	100,00 %	IG	100,00 %	IG
W9 Production	SAS	Production d'émissions audiovisuelles	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Labo Productions	SARL	Production d'émissions	100,00 %	IG	-	NC
M6 Création	SAS	Sans activité	100,00 %	IG	-	NC
M6 Opération	SAS	Sans activité	100,00 %	IG	-	NC
CHAÎNES NUMÉRIQUES						
Edi TV - W9	SNC	Chaîne musicale W9	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Fun TV	SNC	Chaîne musicale Fun TV	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Diffusion	SA	Holding activité numérique	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Numérique	SNC	Holding activité numérique	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Thématique	SA	Holding des chaînes numériques	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Paris Première	SA	Chaîne numérique Paris Première	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Sedi TV - Téva	SNC	Chaîne numérique Téva	51,00 %	IG	51,00 %	IG
M6 Communication	SAS	Chaînes musicales M6 Music Black - Rock - Hits	100,00 %	IG	-	NC
Multiplex R4	SAS	Transmission de radio et télévision	58,35 %	IG	-	NC
Série Club	SA	Chaîne numérique Série Club	50,00 %	IP	50,00 %	IP
TF6	SCS	Chaîne numérique TF6	50,00 %	IP	50,00 %	IP
TF6 Gestion	SA	Gérante de TF6	50,00 %	IP	50,00 %	IP
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS						
FC Girondins de Bordeaux	SASP	Club de Football	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Foot	SAS	Holding activité sportive	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Culture Mag Éditions	SNC	Édition d'un magazine de presse écrite	90,00 %	IG	90,00 %	IG
M6 Éditions	SA	Société de presse	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Citato	SARL	Magazine de presse écrite	80,00 %	IG	-	NC
Live Stage	SAS	Production de spectacles	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Événements	SA	Production de spectacles	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Interactions	SAS	Exploitation des droits dérivés	100,00 %	IG	100,00 %	IG
M6 Web	SAS	Société internet et télématique	100,00 %	IG	100,00 %	IG

Périmètre M6			31/12/2005		31/12/2004	
Société	Forme	Activité	% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation
M6 Développement	SAS	Sans activité	100,00 %	IG	-	NC
M6 Affaires	SAS	Sans activité	100,00 %	IG	-	NC
Sous-groupe HSS :						
Home Shopping Service	SA	Émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Boutique du Monde	SNC	Émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Club Téléachat	SNC	Chaîne 24 h / 24 h	100,00 %	IG	100,00 %	IG
HSS Belgique	SA	Émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
HSS Hongrie	SA	Émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SETV Belgique	GIE	Exploitation bureau de gestion vente par téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Tecipress	SA	Production / réalisation programmes audiovisuels	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Télévente promotion	SA	Émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
TV Store	SA	Acquisition et diffusions d'émissions de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Unité 15 Belgique	SA	Service clients	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Unité 15 France	SA	Gestion et animation d'activité de téléachat	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Home Travel Services	SARL	Ventes de voyages	-	NC	50,00 %	IP
RTL Shop	GMBH	Production et diffusions d'émissions de téléachat	-	NC	20,00 %	ME
Mistergooddeal	SA	E-commerce	95,00 %	IG	-	NC
M6 Droits Audiovisuels	SA	Portefeuille de droits audiovisuels	-	NC	100,00 %	IG
M6 Studio	SAS	Production de longs métrages d'animation	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Mandarin	SAS	Portefeuille de droits audiovisuels	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Sté Nelle de Distribution	SA	Distribution films cinématographiques	100,00 %	IG	100,00 %	IG
Société Nouvelle de Cinématographie	SAS	Portefeuille de droits audiovisuels	100,00 %	IG	-	NC
TCM DA	SNC	Portefeuille de droits de diffusion	50,00 %	IP	50,00 %	IP
ACTIVITÉS EN COURS DE CESSION						
Sous-groupe TPS :						
TPS	SNC	Diffuseur des chaînes numériques				
Multivision	SNC	Chaîne numérique paiement à l'émission				
TPS Cinéma	SNC	Chaîne numérique cinéma				
TPS Cinéstar	SNC	Chaîne numérique cinéma				
Panoramic Presse TPS	SNC	Projets de communication				
TPS Foot	SNC	Chaîne numérique sportive				
TPS Interactif	SNC	Édition et commercialisation de services				
TPS Jeunesse	SNC	Chaîne numérique jeunesse				
TPS Motivation	SA	Gestion de valeurs mobilières				
TPS Sport	SNC	Chaîne numérique sportive				
TPS Terminaux	SNC	Gestion du parc de matériels				
TPS Cinéfaz	SNC	Chaîne numérique cinéma de A à Z				
TPS Cinétoile	SNC	Chaîne numérique cinéma				

IG : Intégration globale
IP : Intégration proportionnelle
ME : Mise en équivalence
NC : Non consolidé

En application de la norme IAS 27, *États financiers et comptabilisation des participations dans les filiales*, le Groupe a intégré en 2005 dans son périmètre de consolidation des sociétés détenues à plus de 20 % et antérieurement non consolidées. L'activité de ces sociétés est non significative voire nulle quand il s'agit de holdings ou de sociétés dormantes.
Le Groupe n'est en revanche ni actionnaire, ni partie prenante dans aucune société « ad hoc ».

Le périmètre de consolidation a évolué en 2005 avec les acquisitions des sociétés SNC (Société Nouvelle de Cinématographie), Citato et Mistergooddeal, les cessions de RTL Shop et Home Travel Services et la dissolution-confusion de M6 DA dans SND (cf : note 4).

Consécutivement au projet de rapprochement industriel dans la télévision payante entre TPS et le Groupe Canal+ annoncé le 16 décembre 2005 et signé le 6 janvier 2006 et en application de l'IFRS 5, *Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées* , TPS, précédemment consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle compte tenu du contrôle conjoint exercé par le Groupe et TF1 en vertu du pacte d'actionnaire conclu en 2002, est traitée en 2005 comme un actif destiné à être cédé et fait ainsi l'objet d'une présentation spécifique.

3.2. Conversion des états financiers des entités étrangères consolidées

La devise de présentation des comptes consolidés est l'euro. Le Groupe n'a que des filiales étrangères qui ont l'euro comme monnaie fonctionnelle.

3.3. Opérations en devises étrangères

Les opérations en monnaies étrangères sont initialement enregistrées dans la monnaie fonctionnelle (l'euro) en utilisant le cours de change au jour de la transaction, en application d'IAS 21, *Effets des variations des cours des monnaies étrangères*.

À la date de clôture, les actifs et passifs monétaires libellés en devises étrangères sont convertis dans la monnaie fonctionnelle au taux de change en vigueur à la date de clôture. Tous les écarts sont enregistrés dans le compte de résultat.
Les éléments non monétaires en monnaie étrangère qui sont évalués au coût historique sont convertis au cours de change à la date de transaction initiale.
La comptabilisation des écarts de change résultant de la conversion des actifs et passifs libellés en monnaies étrangères de transactions commerciales iront en résultat opérationnel, pour les transactions financières ces mêmes écarts de change iront en résultat financier.
Le traitement des couvertures de change est précisé en note 3.16.

3.4. Goodwill

Les goodwills représentent la différence entre le prix d'acquisition, majoré des coûts annexes, des titres des sociétés consolidées et la part du Groupe dans la juste valeur de leurs actifs nets à la date des prises de participation, au terme d'une période d'évaluation de cette juste valeur pouvant atteindre 12 mois suivant la date d'acquisition.
Lorsque le prix d'acquisition, majoré des coûts annexes, est inférieur à la juste valeur des actifs et passifs identifiés acquis, l'écart est immédiatement reconnu en résultat.

Affectés à chacune des Unités Génératrices de Trésorerie, les goodwills ne sont pas amortis. Ils font l'objet de tests de perte de valeur dès l'apparition d'indices de pertes de valeur et au minimum une fois par an (cf : note 13).

Le Groupe a décidé de retenir l'option offerte par IFRS 1, *Première adoption des IFRS* (cf : note 30) de ne pas retraiter ses regroupements d'entreprises antérieurs au 1er janvier 2004 qui seraient non-conformes aux prescriptions d'IFRS 3, *Regroupements d'entreprises*, la première application des normes IFRS ne remettant pas en cause les modalités de comptabilisations retenues par le passé.
Les goodwills antérieurs au 1er janvier 2004 ont été figés à leur valeur nette comptable établie à cette date et ne sont plus amortis, conformément à IFRS 3, à compter de cette date.

3.5. Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles comprennent principalement :

- des avances et acomptes sur immobilisations,
- des droits audiovisuels détenus par les sociétés ayant comme objet social leur commercialisation,
- des parts coproducteur de fictions, de longs métrages et autres,
- du coût d'acquisition des joueurs de clubs sportifs,
- des logiciels.

Avances et acomptes sur immobilisations

Sont comptabilisés en avances et acomptes, les acomptes versés :

- sur les droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation,
- sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation.

Droits audiovisuels

Les droits audiovisuels, regroupant des droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques, achetés avec ou sans minimum garanti, en vue de leur commercialisation (distribution, négoce), produits ou coproduits, sont comptabilisés en immobilisations incorporelles en conformité avec l'IAS 38, *Immobilisations incorporelles.*

La méthode d'amortissement d'un actif doit refléter le rythme selon lequel les avantages générés par cet actif sont consommés, c'est pourquoi les droits audiovisuels :

- sont amortis au rythme des recettes générées rapportées aux recettes totales estimées, et au minimum amortis sur la durée de vie du contrat plafonnée :
  - à 3 ans si la société a le régime distributeur,
  - à 5 ans si la société a le régime négociant ;
- font l'objet d'un test de dépréciation, qui peut conduire à constater une perte de valeur lorsque la valeur comptable du droit est supérieure à sa valeur recouvrable.

Coproductions de films cinematographiques, fictions et autres

Les parts de coproducteurs sont inscrites en autres immobilisations incorporelles et amorties à hauteur des perspectives de recettes futures ou linéairement sur trois ans si les recettes futures anticipées sont insuffisantes.
En application de l'IAS 20, *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du Centre National de Cinématographie (CNC) sont comptabilisées en réduction du coût d'acquisition des actifs de coproductions financés, et en conséquence sont comptabilisées en résultat en fonction du rythme de consommation des avantages économiques attendus des coproductions tel que défini précédemment.

Coût d'acquisition des joueurs de clubs sportifs

En application de l'IAS 38, *Immobilisations incorporelles*, les achats de joueurs de clubs sportifs sont comptabilisés en immobilisations incorporelles à leur coût d'acquisition et amortis linéairement sur la durée de leurs contrats.
La valeur nette est également appréciée à chaque clôture en conformité avec la norme IAS 36, *Dépréciation d'actifs* (cf : note 3.7).

Logiciels informatiques

Les logiciels informatiques achetés ou développés en interne sont comptabilisés à leur coût d'acquisition ou de production. Ils sont amortis linéairement sur leur durée d'utilité, laquelle n'excède pas quatre ans.

3.6. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition, diminué des amortissements cumulés et des pertes de valeur, selon le traitement de référence de la norme IAS 16, *Immobilisations corporelles.* Ce coût comprend les frais directement attribuables au transfert de l'actif jusqu'à son lieu d'exploitation et à sa mise en état afin de permettre son exploitation de la manière prévue par la direction.

Amortissements

L'amortissement est calculé en fonction des rythmes de consommation des avantages économiques attendus par élément d'actif sur la base du coût d'acquisition, sous déduction le cas échéant d'une valeur résiduelle. Il est tenu compte d'une valeur résiduelle lorsque celle-ci est déterminable avec une fiabilité suffisante.

Le mode linéaire est retenu sur les durées d'utilité suivantes :

• Constructions	25 ans
• Installations générales, mobilier de bureau	10 ans
• Terminaux	5 ans
• Matériel informatique	4 ans
• Matériel de bureau et matériel technique	3 à 5 ans

Les durées d'utilité des immobilisations corporelles sont revues annuellement et peuvent être modifiées prospectivement selon les circonstances.

Pertes de valeur

Les immobilisations corporelles font l'objet de tests de perte de valeur dès lors qu'un indice de perte de valeur est identifié. Le cas échéant, une dépréciation est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique «Dotations aux amortissements et aux provisions (nettes de reprises)».

Contrats de location

Les biens acquis en location-financement sont immobilisés lorsque les contrats de location ont pour effet de transférer au Groupe la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de ces biens. Ils sont comptabilisés au bilan au plus bas de leur juste valeur et de la valeur actualisée des paiements minimaux au titre de la location, diminuée des amortissements cumulés et des pertes de valeur. Ces actifs sont amortis sur leur durée prévue d'utilisation.
Les contrats de locations dans lesquels les risques et avantages ne sont pas transférés au Groupe sont classés en location simple. Les paiements au titre des locations simples sont comptabilisés en charges de façon linéaire sur la durée du contrat.

3.7. Dépréciations d'actifs

Selon la norme IAS 36, *Dépréciation d'actifs*, la valeur recouvrable des immobilisations corporelles et incorporelles amorties est testée dès l'apparition d'indices de pertes de valeur.
La valeur recouvrable des immobilisations incorporelles non amorties est testée dès l'apparition d'indices de pertes de valeur et au minimum une fois par an.

La valeur recouvrable est déterminée pour chaque actif isolé, sauf si cet actif ne génère pas d'entrées de trésoreries largement indépendantes de celles générées par d'autres actifs ou groupes d'actifs. Dans ce cas, la valeur recouvrable de l'Unité Génératrice de Trésorerie à laquelle l'actif appartient est déterminée.

L'Unité Génératrice de Trésorerie ("UGT") est le plus petit groupe d'actifs qui inclut l'actif et qui génère des entrées de trésorerie largement indépendantes des entrées de trésorerie générées par d'autres actifs ou groupes d'actifs.
Spécifiquement, pour les joueurs de club sportif, la valeur recouvrable de ces actifs incorporels est testée séparément, joueur par joueur, et au niveau de l'effectif global des joueurs évoluant en ligue 1.

Les goodwills et les immobilisations incorporelles auxquelles il n'est pas possible de rattacher directement des flux de trésorerie indépendants sont regroupés au moment de leur première comptabilisation à l'UGT à laquelle ils appartiennent.

Une dépréciation est comptabilisée lorsque, du fait d'événements ou de circonstances intervenues au cours de la période (critères internes ou externes), la valeur recouvrable de l'actif ou groupes d'actifs est inférieure à leur valeur nette comptable.
Cette valeur recouvrable est la plus élevée de la juste valeur nette des coûts de sortie et de la valeur d'utilité.

La valeur d'utilité retenue par le Groupe correspond aux flux de trésorerie actualisés des UGT incluant les goodwills et est déterminée dans le cadre des hypothèses économiques et des conditions d'exploitation prévisionnelles retenues par la Direction de Métropole Télévision de la façon suivante :

- Les flux de trésorerie futurs sont issus du plan d'affaires à moyen terme (5 ans) élaboré par la direction.
- Au-delà de cet horizon, les flux sont extrapolés par application d'un taux de croissance perpétuelle en accord avec le potentiel de développement des marchés sur lesquels opère l'entité concernée, ainsi qu'avec sa position concurrentielle sur ces marchés.
- Le taux d'actualisation retenu des flux est déterminé en utilisant des taux appropriés à la nature des activités et des pays. Il intègre, outre la valeur temps de l'argent, les risques spécifiques de l'UGT pour lesquels les estimations de flux de trésorerie n'ont pas été ajustées.

Lorsque la valeur recouvrable d'une Unité Génératrice de Trésorerie comportant un goodwill est inférieure à sa valeur comptable, la perte de valeur comptabilisée est affectée prioritairement au goodwill. La dépréciation des goodwills est enregistrée au compte de résultat en « Pertes de valeurs des actifs non amortissables ».

3.8. Actifs financiers disponibles à la vente, autres actifs financiers et passifs financiers

Actifs financiers

Les actifs financiers entrent dans le champs d'application d'IAS 39, *Instruments Financiers, Comptabilisation et Évaluation*, et sont classés dans l'une des quatre catégories suivantes :

- Actifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du

compte de résultat ;
- Prêts et créances ;
- Placements détenus jusqu'à leur échéance (obligations) ;
- Actifs financiers disponibles à la vente.

Les actifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du compte de résultat, sont des actifs désignés comme tels dès l'origine ou des actifs détenus à des fins de transaction. Les valeurs mobilières de placement qui ne sont pas qualifiées d'équivalents de trésorerie ainsi que les dérivés (hors dérivés de couverture) appartiennent à cette catégorie d'actifs.

Les placements détenus jusqu'à leur échéance sont des actifs financiers non-dérivés, à paiements fixés ou déterminables et à échéance fixée, que l'entité a l'intention expresse et la capacité de conserver jusqu'à leur échéance.

Les créances et les prêts sont des actifs financiers non-dérivés à paiements fixés ou déterminables qui ne sont pas cotés sur un marché actif.

Les actifs disponibles à la vente sont des actifs financiers non-dérivés désignés comme disponibles à la vente et qui n'appartiennent à aucune des trois catégories précédentes.
Les titres des sociétés non consolidées appartiennent à cette catégorie. Ils sont initialement enregistrés à leur juste valeur correspondant a priori au coût d'acquisition à la date d'acquisition puis réévalués à chaque clôture à leur juste valeur.

Passifs financiers

Les passifs financiers sont classés en deux grandes catégories :
- Les passifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du compte de résultat (passifs de transaction).
- Autres passifs financiers.

Les passifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du compte de résultat ont pour finalité la réalisation d'un bénéfice en lien avec les fluctuations de prix à court terme. Il ne peut s'agir que de dettes résultant de ventes à découvert de titres ou d'autres actifs financiers ou de dérivés qui ne sont pas des dérivés de couverture.

Les autres passifs financiers sont évalués au coût amorti, à l'exception des instruments financiers dérivés qui font quant à eux l'objet d'une évaluation à la juste valeur.

Comptabilisation

Lors de la comptabilisation initiale d'un actif ou d'un passif financier, une entité doit l'évaluer à sa juste valeur augmentée, sauf pour les actifs et passifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du compte de résultat, des coûts de transaction directement attribuables à l'acquisition ou à l'émission d'un actif ou d'un passif financier.

Après la comptabilisation initiale, une entité doit évaluer les actifs et passifs financiers de la manière suivante :

	Évaluation à la juste valeur (JV)		Évaluation au coût amorti	Dépréciation (à apprécier à chaque date de clôture)
	Enregistrement des variations de JV en résultat	Enregistrement des variations de JV en capitaux propres		
Actifs				
Créances et prêts			X	X
Placements détenus jusqu'à échéance			X	X
"À la juste valeur par résultat"	X			
Disponibles à la vente		X		X
Passifs				
"À la juste valeur par résultat"	X			
Autres			X	
Dérivés (y compris dérivés incorporés)	X	X (si couverture des flux de trésorerie)		

Pour les instruments dérivés dans le cas de couverture des flux de trésorerie, la variation de juste valeur de la part inefficace de la couverture est enregistrée en résultat.

Les actifs suivants font l'objet d'un test de dépréciation à chaque arrêté :

• Prêts et créances émis par l'entreprise et actifs détenus jusqu'à l'échéance :

S'il existe une indication objective de dépréciation pour un actif l'entreprise doit évaluer le montant recouvrable à l'actif. Le montant de la dépréciation est la différence entre le montant inscrit au bilan au titre de l'actif et le montant recouvrable (valeur actualisée des flux futurs estimés recouvrables). Le montant de la perte de valeur est comptabilisé en résultat.

• Actifs disponibles à la vente :

Les variations de juste valeur sont comptabilisées dans une rubrique séparée des capitaux propres (« Autres réserves ») jusqu'à la cession effective des titres ou la constatation d'une dépréciation durable. En effet, lorsque les circonstances permettent de conclure qu'une perte de valeur est durable, l'intégralité de la moins-value latente doit être comptabilisée en résultat (sans reprise ultérieure possible par résultat).

Les variations de juste valeur sur les titres disponibles à la vente sont traitées comme charges financières lorsqu'il est évident qu'une perte de valeur sur ces titres de placement est irréversible.

3.9. Impôts différés

Conformément à la norme IAS 12, *Impôts sur le résultat* , des impôts différés sont constatés sur les différences temporelles entre les valeurs comptables d'actifs et des passifs et leurs bases fiscales, ainsi que sur les déficits fiscaux, selon la méthode du report variable.

Les actifs et passifs d'impôts différés sont évalués aux taux d'impôt dont l'application est attendue sur l'exercice au cours duquel l'actif sera réalisé ou le passif réglé. Ce taux est estimé sur la base des taux d'impôts qui ont été votés à la date de clôture.

S'agissant des participations dans les filiales, coentreprises et entreprises associées, un passif d'impôt différé est comptabilisé pour toute différence temporelle imposable entre la valeur comptable des titres et leur base fiscale sauf si le Groupe contrôle la date à laquelle cette différence temporelle (par exemple distribution de dividendes) se renversera ; et s'il est probable que cette différence ne se renversera pas dans un avenir prévisible.

Conformément à la norme IAS 12, les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés et sont compensés lorsqu'ils se rapportent à une même entité fiscale.

3.10. Stocks

Les stocks sont constitués de programmes et de droits de diffusion et de marchandises.

Programmes et droits de diffusion

En conformité avec l'IAS 2, les programmes et droits de diffusion sont inscrits en stocks à la date d'ouverture des droits. Les droits non ouverts et non encore facturés sont classés en engagements hors bilan ;

La partie facturée des droits non ouverts est quant à elle constatée en avances et acomptes.

Les programmes et droits de diffusions sont valorisés à leurs coûts d'acquisition, diminués, à la clôture de chaque exercice, des consommations calculées suivant les modalités ci après.

Les programmes de Métropole Télévision (qui constituent la part prépondérante des stocks de droits de diffusion du Groupe) sont réputés consommés lors de leur diffusion, selon les règles suivantes :

• droits acquis pour une seule diffusion et droits divers (documentaires, concerts, événements sportifs…) : 100 % de la valeur à la première diffusion ;

• droits acquis pour plusieurs diffusions :

- 1re diffusion : 67 %
- 2e diffusion : 33 %

Les droits dont la diffusion est improbable font l'objet d'une dépréciation sur la base d'une revue titre par titre du portefeuille de droits de diffusion.

Autres stocks

Ces stocks sont constitués des produits et marchandises , liés aux activités de diversification du Groupe. Ces stocks sont évalués au plus faible de leur coût d'entrée et de leur valeur nette de réalisation correspondant au prix de vente estimé, diminué des coûts estimés nécessaires pour réaliser la vente. Une dépréciation est constituée lorsque leur valeur nette de réalisation est inférieure à leur coût de revient, mesurée au cas par cas (rotation lente, stocks contre remboursement, retours…)

3.11. Créances d'exploitation

Lorsque leur échéance de règlement est inférieure à un an et que les effets d'actualisation ne sont pas significatifs, les créances sont évaluées au coût (montant nominal de la créance). À l'inverse, elles sont évaluées à leur coût amorti, avec utilisation du taux d'intérêt effectif, lorsque leur échéance de règle-

ment est supérieure à un an et que les effets de l'actualisation sont significatifs.

Une dépréciation individuelle est calculée pour chaque créance dès lors qu'il existe des éléments qui remettent en cause la possibilité par le débiteur de rembourser la totalité de sa créance dans les délais contractuellement prévus. Le montant de la dépréciation correspond à la différence entre la valeur actualisée au taux d'intérêt effectif initial (le cas échéant) des flux de trésorerie futurs estimés et la valeur comptable de la créance.

3.12. Actions propres

Les achats d'actions propres sont enregistrés en diminution des capitaux propres sur la base de leur coût d'acquisition. Lors de la cession d'actions propres, les gains et pertes sont inscrits dans les réserves consolidées pour leurs montants nets d'impôt.

3.13. Rémunérations en actions

Conformément à la norme IFRS 2, *Paiement fondé sur des actions*, les options d'achat et de souscription d'actions portant sur les actions Métropole Télévision ou des filiales accordées aux salariés du Groupe sont évaluées à leur juste valeur à la date d'octroi.

La norme IFRS 2 impose la comptabilisation d'une charge (par contrepartie des capitaux propres) au titre de la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés dans le cadre des programmes de « stock options » ou l'attribution gratuite d'actions.

Cette charge est reconnue dans les charges de personnel tout au long de la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires (entre la date d'octroi et la date d'exercice), correspondant à la durée effective des plans d'attribution mis en place. La juste valeur de l'avantage est mesurée sur la base du modèle mathématique trinomial.

Conformément aux dispositions d'IFRS 1, le Groupe n'a pris en compte, dans son évaluation de la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés, que les plans octroyés après le 7 novembre 2002 et dont les droits ne sont pas encore acquis au 1er janvier 2005 .

3.14. Engagements de retraite et autres avantages au personnel

Les engagements du Groupe dans le domaine des avantages postérieurs à la retraite s'inscrivent dans le cadre de régimes à prestations définies.

Pour l'évaluation de ces régimes, le Groupe utilise la méthode des unités de crédit projetées.

Le montant comptabilisé au bilan correspond au montant actualisé de l'obligation.

Les changements liés aux modifications périodiques des hypothèses actuarielles relevant de la situation financière, économique générale ou aux conditions démographiques (changement dans le taux d'actualisation, augmentations annuelles des salaires, rendement des actifs, durée d'activité, etc…) sont reconnus dans le montant de l'engagement du Groupe, par la contrepartie du compte de résultat sur la durée résiduelle moyenne probable d'activité des salariés.

3.15. Provisions

Conformément à la norme IAS 37, *Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels*, le Groupe comptabilise une provision lorsque, à la date de clôture de l'exercice, il a une obligation (juridique ou implicite) vis à vis d'un tiers résultant d'un évènement passé dont il est probable que le règlement se traduise pour le Groupe par une sortie de ressources représentatives d'avantages économiques et , lorsque le montant de la perte ou du passif peut être évalué avec fiabilité.

Au cas où cette perte ou ce passif n'est ni probable, ni ne peut être évalué avec fiabilité, mais demeure possible, le Groupe fait état d'un passif éventuel dans ses engagements.

Les provisions sont notamment destinées à couvrir les coûts probables que les procès ou litiges en cours, dont le fait générateur existait à la date de clôture, pourraient occasionner.

3.16. Instruments financiers dérivés

Les normes IAS 32, *Instruments Financiers - Présentation et Informations* et IAS 39, *Instruments Financiers - Reconnaissance et Évaluation* sont appliquées par le Groupe à compter du 1er janvier 2004.

Contexte d'utilisation des instruments financiers

Le Groupe est exposé au risque de change principalement lors de ses achats de droits dans une devise étrangère. Pour se couvrir contre ce risque de change, le Groupe utilise des instruments dérivés simples lui garantissant un montant couvert et un cours de change maximum de couverture.
L'utilisation d'instruments dérivés par le Groupe n'a pour seul but que la couverture de flux liés à son activité. Le Groupe n'utilise pas d'instruments financiers à titre spéculatif.

Principes

Détermination de la juste valeur

Les instruments financiers dérivés sont évalués à la juste valeur. La juste valeur des contrats d'achats de devises à terme est calculée par référence aux taux de change à terme courants pour des contrats ayant des profils d'échéance similaires. La juste valeur des contrats de swaps de taux d'intérêt est déterminée par référence aux valeurs de marché d'instruments similaires.

Instruments financiers qualifiés de couverture

Le Groupe a décidé d'appliquer pour la plus grande partie de ces instruments dérivés la comptabilité de couverture afin de réduire l'impact sur le résultat des couvertures mises en place. Les principaux instruments de couverture autorisés dans le cadre de la politique de couverture du Groupe sont les suivants: terme sec, « forward » participatif, options de première génération, « swap » (de change ou de taux).

Pour pouvoir être pris en compte dans la comptabilité de couverture, les liens de couverture doivent satisfaire à plusieurs conditions strictes en matière de documentation, de probabilité de réalisation, d'efficacité de la couverture et de fiabilité de la mesure. Ces conditions sont les suivantes :

- à l'origine de la couverture, il existe une désignation et une documentation formelle de la relation de couverture ;
- il est attendu que la couverture sera hautement efficace pour parvenir à compenser les variations de juste valeur ou de flux de trésorerie attribuables au risque couvert ;
- dans le cadre de la couverture des flux de trésorerie, la transaction faisant l'objet de la couverture doit être hautement probable et doit comporter une exposition aux variations de flux de trésorerie qui pourrait in fine affecter le résultat ;
- l'efficacité de la couverture doit être mesurée de manière fiable ;
- la couverture est évaluée sur une base de poursuite de l'activité et a été effectivement hautement efficace durant tous les exercices couverts par les états financiers pour lesquels la couverture avait été désignée.

La documentation doit inclure :

- l'identification de l'instrument de couverture ;
- l'identification de l'élément couvert (actif ou passif comptabilisé, engagement ferme, …) ;
- la nature du risque couvert (risque de taux, risque de change, …) ;
- la méthode d'évaluation de l'efficacité de la couverture.

Le test d'efficacité, visant à démontrer l'efficacité de la couverture, doit comparer les variations (soit de juste valeur, soit de flux de trésorerie) de l'élément couvert et les variations de la couverture :

- la différence entre ces deux variations constitue la part inefficace de la couverture ;
- les variations doivent se compenser avec un ratio compris entre 80 % et 125 % ;
- l'efficacité est appréciée, au minimum, à la date où l'entité prépare ses états financiers intérimaires ou annuels.

Si la part inefficace est telle que le ratio 80 - 125 % n'est pas respecté, alors il y a déqualification de la relation de couverture.

Les relations de couverture au sein du groupe M6 sont principalement de deux types :

- Couverture de l'exposition aux variations de la juste valeur d'un actif ou d'un passif au bilan.
Tout profit ou perte résultant de la réévaluation de l'instrument de couverture à la juste valeur est comptabilisé immédiatement au compte de résultat. Tout profit ou perte sur l'élément couvert attribuable au risque couvert vient modifier la valeur comptable de l'élément couvert et est comptabilisé au compte de résultat.
Il en résulte une comptabilisation symétrique des variations de juste valeur de l'élément couvert et de l'instrument de couverture pour la partie efficace de la couverture en résultat opérationnel courant. La part inefficace de la couverture est enregistrée en résultat financier.

- Couverture de flux de trésorerie futurs (lorsqu'elles couvrent l'exposition aux variations de flux de trésorerie qui sont attribuables soit à une transaction prévue soit à un engagement ferme) : comptabilisation des variations de juste valeur de l'instrument financier pour la partie efficace en capitaux propres jusqu'à l'entrée au bilan de l'actif ou du passif. Au moment ou l'élément couvert est comptabilisé et conduit donc à la reconnaissance d'un actif ou d'un passif, le montant enregistré dans les capitaux propres doit y être sorti et intégré dans l'évaluation initiale du coût d'acquisition de l'actif ou du passif.
Pour la partie inefficace, les variations de valeur sont intégrées en résultat financier. Pour toute autre couverture de flux de trésorerie, les montants comptabilisés directement dans les capitaux propres sont transférés dans le compte

de résultat de l'exercice au cours duquel la transaction prévue ou l'engagement ferme a affecté le compte de résultat.

Cessation de la qualification de couverture

La comptabilité de couverture cesse lorsque l'instrument de couverture arrive à expiration ou est vendu, résilié ou exercé ou qu'il ne respecte plus les critères de qualification pour la comptabilité de couverture. A ce moment tout profit ou perte cumulé réalisé sur l'instrument de couverture comptabilisé en capitaux propres est maintenu en capitaux propres jusqu'à ce que la transaction prévue se produise.
S'il n'est plus attendu que la transaction couverte se produise, le profit ou la perte net cumulé comptabilisé en capitaux propres est transféré au résultat net de l'exercice.

Instruments financiers non qualifiés de couverture

Certains instruments financiers ne sont pas traités en comptabilité de couverture selon la définition de l'IAS 39, bien qu'ils constituent une couverture efficace dans la gestion des risques économiques. Les pertes et les profits provenant de la réévaluation des instruments financiers qui ne peuvent pas être pris en compte pour la comptabilité de couverture sont comptabilisés dans le compte de résultat de l'exercice.

3.17. Chiffre d'affaires

En conformité avec la norme IAS 18, *Produits Des Activités Ordinaires*, le chiffre d'affaires réalisé par les différentes sociétés du Groupe est reconnu dès lors que :

- Les avantages économiques résultant de la transaction bénéficieront au Groupe de manière probable ;
- Le montant des revenus peut être mesuré d'une façon fiable ;
- À la date de transaction, il est probable que le montant de la vente sera recouvré.

Plus spécifiquement, les principes de reconnaissance du chiffre d'affaires par type d'activité sont les suivants :

- Les recettes publicitaires sont comptabilisées au moment de la diffusion des écrans publicitaires ayant fait l'objet de la vente ; le chiffre d'affaires est reconnu net de remises commerciales.
- Les abonnements au service de télévision par satellite sont comptabilisés en produits de manière linéaire sur la durée de la prestation correspondante. Les remises accordées aux clients lors de leur souscription aux offres sont comptabilisées en déduction du chiffre d'affaires ; les autres coûts d'acquisition sont comptabilisés en charges d'exploitation lorsqu'ils sont encourus.
- La rémunération des chaînes numériques octroyée par les opérateurs du câble et du satellite qui les diffusent est calculée sur la base d'un prix par abonné ou sous la forme d'un forfait annuel.
- Les revenus des activités de diversifications sont appréhendés à la réalisation de la prestation ou à la livraison des produits ; ils sont comptabilisés nets de provisions pour retour.
- Les ventes des droits audiovisuels sont comptabilisées à la date d'ouverture des droit, essentiellement dans le cadre des ventes aux télévisions ; les autres ventes (salle, vidéo) sont reconnues en fonction des entrées ou à la livraison du matériel.
- Les revenus sportifs, sont enregistrés à mesure de l'avancement de la saison sportive à l'exception des primes perçues au titre d'un classement à venir qui sont comptabilisées à la date où le classement est définitivement acquis.
- Les revenus de téléphonie mobile sont reconnus :
  - pour la partie corrélée au recrutement, le mois du recrutement d'un nouvel abonné et ajustés en fonction du taux d'attrition ;
  - et, pour la partie corrélée aux revenus mensuels perçus par l'opérateur, étalés sur la durée de l'abonnement auquel les revenus perçus par le Groupe sont corrélés.

3.18. Résultat par action

Le résultat par action de base et dilué tel que présenté en regard du résultat net revenant au groupe est calculé en conformité avec l'IAS 33, *Résultat par action*.

Le résultat de base par action est déterminé en divisant le résultat attribuable aux porteurs d'actions du Groupe par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de la période.

Le résultat net dilué par action est, quant à lui, calculé en retenant les instruments donnant un accès différé au capital du Groupe et ayant un effet dilutif. La dilution rattachée aux options d'achat et aux options de souscription d'actions est déterminée selon la méthode du rachat d'actions. Cette méthode permet de déterminer les actions non rachetées qui viennent s'ajouter aux actions ordinaires en circulation et qui constituent ainsi l'effet dilutif.

Les actions propres portées en diminution des capitaux propres consolidés ne sont pas prises en compte dans le calcul des résultats par action.

3.19. Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie se compose des liquidités en compte courant bancaire et des dépôts à vue.
Les équivalents de trésorerie se rapportent à des placements facilement convertibles en un montant de trésorerie, présentant un risque négligeable de changement de valeur et une maturité inférieure à 3 mois.
À cet égard, les FCP et les SICAV monétaires détenues par le Groupe sont comptabilisées comme équivalents de trésorerie.
Le Groupe détient exclusivement des FCP et des SICAV monétaires Euro, exposées à un risque de taux très limité et dont la volatilité sur 12 mois est très proche de celle de l'Eonia.

3.20. Tableau de flux de trésorerie

Le tableau présente les flux réels liés à l'activité des sociétés présentes dans le périmètre de fin d'exercice. Il est établi en conformité avec l'IAS 7, *Tableau des flux de trésorerie.*

Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles

Les variations de stocks et de créances d'exploitation sont calculées nettes des variations des dépréciations sur actif circulant.
De plus, afin de mettre en évidence l'effet de l'impôt sur la variation de trésorerie, la charge d'impôt est retraitée de la capacité d'autofinancement et la variation de la dette d'impôt sur les sociétés est retraitée de la variation du besoin en fonds de roulement (BFR). Le décaissement effectif d'impôts sur les sociétés sur l'exercice est ainsi isolé sur une ligne spécifique.

Flux de trésorerie provenant des opérations d'investissements

Les effets sur la trésorerie des entrées et sorties de périmètre résultant d'acquisitions ou de cessions de sociétés sont identifiés sur les lignes « trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales » et « trésorerie nette résultant des cessions de filiales ».

4. Regroupement d'entreprise

4.1. Société Nouvelle de Cinématographie (SNC)

Le 29 avril 2005, M6 a acquis auprès de la société Bayard d'Antin (Groupe RTL) 100 % de SNC, société ayant enregistré 4,3 M€ de chiffre d'affaires en 2004 pour un résultat opérationnel de 2,4 M€.
Avec SNC qui détient un catalogue de plus de 400 titres, composé pour partie de grands succès ou de classiques du cinéma français, le Groupe renforce significativement ses activités de gestion et de distribution de droits audiovisuels.

Le Groupe consolide SNC selon la méthode de l'intégration globale depuis le 1er avril 2005, la transaction ayant été arrêtée sur les comptes de SNC établis au 31 mars 2005.

L'écart de première consolidation a été intégralement alloué au catalogue selon les modalités suivantes :

Prix d'acquisition net de frais	**13,0**
Valeur des actifs et passifs acquis (Part du Groupe)	
Situation nette au 1er avril 2005	3,0
Réévaluation du catalogue	15,2
Impôts différés liés à la réévaluation du catalogue	(5,2)
Situation nette réévaluée au 1er avril 2005	**13,0**
Goodwill	**-**

4.2. Citato

Le 1er août 2005, M6 Interactions a acquis, pour 0,2 M€, 80 % de la société Citato, éditrice d'un magazine gratuit distribué à environ 200 000 exemplaires auprès des jeunes de 15 à 20 ans et présentant un panorama de la presse française à travers une sélection mensuelle d'articles des grands titres de presse. Citato a réalisé un chiffre d'affaires de 0,2 M€ au cours de son premier exercice (de 17 mois) clos le 30 juin 2005 pour une perte opérationnelle de (0,3) M€.

Citato est consolidée depuis le 1er août 2005 dans les comptes du Groupe selon la méthode de l'intégration globale.
Le Groupe s'est engagé à procéder à l'acquisition des 20 % conservés par les fondateurs en 2007.
Compte tenu de la situation nette négative de Citato au 1er août 2005 à hauteur de 0,3 M€, le goodwill résultant de l'opération s'élève à 0,5 M€.

4.3. Mistergooddeal

Le 15 novembre 2005, HSS a procédé à l'acquisition de 95 % du capital de la société Mistergooddeal, l'un des principaux acteurs français du e-commerce et leader du déstockage de grandes marques sur Internet. En 2004, Mistergooddeal a réalisé un chiffre d'affaires de 45,0 M€ et un résultat opérationnel d'environ 1,0 M€.

Cette acquisition constitue une opportunité majeure de soutenir le développement des activités de vente à distance du Groupe. Mistergooddeal est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 15 novembre 2005 selon la méthode de l'intégration globale.

Le Groupe a consenti une promesse d'achat sur les 5 % résiduels détenus par l'équipe dirigeante sur la base d'une valeur d'entreprise réévaluée en fonction d'objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité.

Compte tenu de cette promesse d'achat, le goodwill est calculé sur la base d'une acquisition de 100 % des titres, le prix d'acquisition s'analysant comme la somme du montant décaissé en 2005 pour acheter 95 % des titres et de la valeur actuelle (en utilisant un taux sans risque) du décaissement estimé en 2008 pour acheter les 5 % résiduels.

Prix d'acquisition	42,4
Frais d'acquisition	0,7
Prix d'acquisition net de frais	**43,1**
Valeur des actifs et passifs acquis (Part du Groupe)	
- Situation nette au 15 novembre 2005	3,3
- Activation des reports déficitaires et autre impôt différé actif	1,8
Situation nette réévaluée au 15 novembre 2005	**5,1**
Goodwill	**38,0**

Le Groupe a jusqu'au 14 novembre 2006 pour finaliser l'affectation de l'écart de première consolidation. Il est envisagé d'affecter une partie de cet écart à la marque Mistergooddeal qui jouit d'une véritable reconnaissance parmi les sites marchands.

4.4. Cessions intervenues dans l'exercice

Dans le souci de rationaliser son offre et son portefeuille de participations, HSS a par ailleurs cédé dans l'exercice ses participations conjointes ou minoritaires :

- le 19 juillet 2005, sa participation de 20 % dans RTL Shop, société de « télé shopping » en Allemagne, à RTL Interactive GmbH (Groupe RTL). L'investissement dans RTL Shop était jusqu'en 2004 comptabilisé selon la méthode de mise en équivalence ;
- le 14 octobre 2005, les 50 % détenus dans Home Travel Services, société co-développée avec un voyagiste et consolidée jusqu'à la date de sa cession selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

4.5. Impact des acquisitions et cessions sur 2005

L'impact des acquisitions et des cessions sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel du Groupe s'analyse comme suit :

	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel
SNC	1,1	(0,2)
Citato	0,1	(0,2)
Mistergooddeal	13,2	0,4
Cessions de RTL Shop et Home Travel Service (plus-values avant impôt)	-	13,3
Impact total	**14,4**	**13,3**

5. Informations sectorielles

En application de la norme IAS 14, *Information sectorielle*, le premier niveau d'information sectorielle est organisé par secteur d'activité.
Cette distinction est fondée sur les systèmes internes d'organisation et la structure de gestion du Groupe.
La contribution de chaque secteur d'activité au compte de résultat 2005 est détaillée ci-après :

En M€	Antenne M6	Chaînes numériques	Diversifications	Éliminations et résultats non affectés	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total 2005
Chiffre d'affaires hors-Groupe	635,0	64,6	380,3	-	1 079,9	194,8	1 274,7
Chiffre d'affaires inter-segments	27,2	1,4	13,4	(41,9)	-	-	-
Chiffre d'affaires	**662,2**	**66,0**	**393,7**	**(41,9)**	**1 079,9**	**194,8**	**1 274,7**
Résultat opérationnel courant	**201,3**	**(3,8)**	**25,6**	**(2,0)**	**221,1**	**8,7**	**229,8**
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-	(0,8)	-	(0,8)	-	(0,8)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	13,3	-	13,3	-	13,3
Résultat opérationnel	**201,3**	**(3,8)**	**38,0**	**(2,0)**	**233,6**	**8,7**	**242,3**
Résultat financier					2,7	(0,9)	1,8
Part dans les sociétés associées					-	-	-
Résultat avant impôt					**236,3**	**7,8**	**244,1**
Impôt sur le résultat					(85,1)	(2,7)	(87,8)
Résultat net					**151,2**	**5,1**	**156,3**
Part des minoritaires					(0,1)	0,0	(0,1)
Résultat net part du Groupe					**151,1**	**5,1**	**156,2**

La contribution de chaque secteur d'activité au compte de résultat 2004 est détaillée ci-après :

En M€	Antenne M6	Chaînes numériques	Diversifications	Éliminations et résultats non affectés	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total 2004
Chiffre d'affaires hors-Groupe	608,7	51,3	352,2	-	1 012,2	185,4	1 197,6
Chiffre d'affaires inter-segments	20,6	0,7	12,5	(33,8)	-	-	-
Chiffre d'affaires	**629,3**	**52,0**	**364,7**	**(33,8)**	**1 012,2**	**185,4**	**1 197,6**
Résultat opérationnel courant	**208,7**	**(4,9)**	**9,8**	**(2,1)**	**211,4**	**0,6**	**212,0**
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	(2,8)	(0,8)	-	(3,6)	-	(3,6)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-	-	-	-	-
Résultat opérationnel	**208,7**	**(7,7)**	**9,0**	**(2,1)**	**207,8**	**0,6**	**208,4**
Résultat financier					4,0	(3,9)	0,1
Part dans les sociétés associées					(0,6)	-	(0,6)
Résultat avant impôt					**211,2**	**(3,3)**	**207,9**
Impôt sur le résultat					(80,8)	1,2	(79,6)
Résultat net					**130,4**	**(2,1)**	**128,3**
Part des minoritaires					(0,5)	0,0	(0,5)
Résultat net part du Groupe					**130,9**	**(2,1)**	**128,8**

Les contributions au bilan de chaque secteur d'activité se présentent comme suit pour 2005 et 2004 :

31 décembre 2005 (en M€)	Antenne M6	Chaînes numériques	Diversifications	Éliminations	Total Activités poursuivies	Activité en cours de cession (TPS)	Total des activités
Actif et Passif							
Actif du secteur	468,4	68,9	363,0	-70,6	829,7	201,8	1 031,5
Actif non alloué					358,8		358,8
Total actif					**1 188,5**	**201,8**	**1 390,3**
Passif du secteur	318,6	57,0	259,4	-70,6	564,4	219,3	783,7
Passif non alloué					102,3		102,3
Total Passif					**666,7**	**219,3**	**886,0**
Autres informations sectorielles							
Investissements corporels et incorporels	37,1	1,8	46,7	-	85,6	11,2	96,8
Amortissements	-37,7	-2,3	-45,6	-	-85,6	-12,3	-97,9
Dépréciations	4,1	0,2	3,1	-	7,4	-	7,4
Provision pour dépréciation sur titres de participation	-	0,4	-	-	0,4	-	0,4

31 décembre 2004 (en M€)	Antenne M6	Chaînes numériques et TPS	Diversifications	Éliminations	Total
Actif et Passif					
Actif du secteur	480,8	251,8	257,0	-92,7	896,9
Actif non alloué					338,2
Total actif					**1 235,1**
Passif du secteur	303,6	253,5	235,4	-94,4	698,1
Passif non alloué					96,1
Total Passif					**794,2**
Autres informations sectorielles					
Investissements corporels et incorporels	-0,9	-7,7	0,0	-	-8,6
Amortissements	-40,0	-21,6	-76,4	-	-138,0
Dépréciations	-20,2	-	-18,3	-	-38,5
Provision pour dépréciation sur titres de participation	-	2,6	-	-	2,6

Les actifs non alloués correspondent aux disponibilités et autres actifs financiers du Groupe, ainsi qu'aux créances d'impôts.
Les passifs non alloués correspondent à l'endettement et autres passifs financiers du Groupe, ainsi qu'aux dettes d'impôts.
Le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique car n'ayant hors de France métropolitaine aucune activité significative.

6. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

6.1. Autres produits opérationnels

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Gains de change opérationnels	2,1	1,0	3,1	1,7	-	1,7
Autres produits	48,7	0,3	49,0	51,5	2,6	54,1
Autres produits opérationnels	**50,8**	**1,3**	**52,1**	**53,2**	**2,6**	**55,8**

En 2005 comme en 2004, les autres produits opérationnels sont essentiellement composés de vente de joueurs du FC des Girondins de Bordeaux et de la production immobilisée.

6.2. Consommations et autres charges opérationnelles

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Consommation de droits de diffusions	-159,5	-44,6	-204,0	-127,2	-43,3	-170,5
Consommation de stocks de marchandises	-55,5	-	-55,5	-44,1	-	-44,1
Autres services extérieurs	-299,3	-18,0	-317,3	-222,0	-38,1	-260,1
Pertes de change opérationnelles	-2,2	-	-2,2	-2,5	-	-2,6
Autres charges	-112,0	-92,2	-204,2	-184,8	-76,2	-260,9
Consommations et autres Charges opérationnelles	**-628,5**	**-154,8**	**-783,3**	**-580,6**	**-157,7**	**-738,3**

6.3. Amortissement, dépréciation, différences de change et coûts des stocks inclus dans les charges opérationnelles

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Amortissements et dépréciations sur droits audiovisuels	-29,2	-	-29,2	-30,6	-	-30,6
Amortissements et dépréciations sur parts producteurs	-24,5	-	-24,5	-8,3	-	-8,3
Amortissements et dépréciations sur autres immobilisations incorporelles	-15,3	-1,4	-16,7	-33,2	-1,1	-34,3
Amortissement des immobilisations corporelles	-9,2	-10,9	-20,1	-9,6	-12,0	-21,6
Dépréciation des stocks de droits de diffusion	12,6	-	12,6	9,0	-	9,0
Autres dépréciations	-2,3	2,5	0,3	0,9	2,9	3,8
Dépréciation des goodwills	-0,8	-	-0,8	-3,6	-	-3,6
Total dotations (nettes des reprises)	**-68,6**	**-9,8**	**-78,4**	**-75,3**	**-10,3**	**-85,6**

6.4. Charges de personnel et effectifs

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Salaires et traitements	-101,9	-12,4	-114,3	-99,3	-10,5	-109,8
Charges sociales	-42,9	-5,8	-48,7	-40,0	-5,1	-45,1
Indemnité de retraite	-1,9	-0,1	-2,0	-	-	-
Participation et intéressement	-8,0	-	-8,0	-5,7	-	-5,7
Autres charges de personnel	-7,2	-1,6	-8,7	-4,7	-1,1	-5,9
Charges de personnel	**-161,9**	**-19,8**	**-181,7**	**-149,7**	**-16,8**	**-166,5**

L'effectif moyen « équivalent temps plein » (ETP) des sociétés du Groupe intégrées globalement, hors Mistergooddeal, s'élève à 1 736 personnes en 2005, contre 1 604 en 2004.
L'effectif moyen ETP des coentreprises s'élève à 266 personnes en 2005 (contre 243 en 2004), dont 244 personnes au titre des activités en cours de cession.
L'effectif de Mistergooddeal s'élève à 189 personnes.

6.5. Charges Financières

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Intérêts sur emprunts associés et banques	-0,3	-2,0	-2,3	-	-1,4	-1,4
Intérêts capitalisés sur retraite	-0,4	-	-0,4	-	-	-
Réévaluation des instruments dérivés	-	-0,1	-0,1	-1,1	-1,4	-2,5
Autres éléments financiers	-2,3	-0,3	-2,6	0,7	-0,7	-
Charges financières	**-3,0**	**-2,4**	**-5,4**	**-0,4**	**-3,5**	**-3,9**

6.6. Produits de la trésorerie

	2005			2004		
En M€	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Produits des placements	4,4	-	4,4	4,4	-0,4	4,0
Divers produits d'intérêts	0,9	-	0,9	-	-	-
Réévaluation des instruments dérivés	0,2	1,5	1,7	-	-	-
Autres éléments financiers	0,1	0,0	0,1	-	-	-
Revenu financier	**5,6**	**1,5**	**7,2**	**4,4**	**-0,4**	**4,0**

La part inefficace des couvertures est enregistrée en résultat.

7. Impôt sur le résultat

La société Métropole Télévision a déclaré se constituer, à compter du 1er Janvier 1988, mère d'un Groupe au sens des dispositions des articles 223-a et suivants du CGI.
Toutes les sociétés françaises du Groupe soumises à l'IS et détenues à plus de 95 % directement ou indirectement par Métropole Télévision sont intégrées fiscalement, à l'exception des sociétés acquises dans l'année, à savoir Société Nouvelle de Cinématographie et Mistergooddeal.
Les principaux composants de l'impôt sur les bénéfices sont les suivants, à fin 2005 et à fin 2004 :

En M€	2005			2004		
	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Impôt exigible	-91,4	-2,7	-94,1	-75,0	1,2	-73,8
Impôt différé	6,3	-	6,3	-5,8	-	-5,8
Impôt sur le résultat	**-85,1**	**-2,7**	**-87,8**	**-80,8**	**1,2**	**-79,6**

Le taux d'imposition différé retenu pour 2005 est de 34,43 %, contre 34,93 % en 2004.
Les impôts différés liés aux ajustements par situation nette sont les suivants :

En M€	2005	2004
Impôt différé		
Réevaluation à la juste valeur des contrats de change	0,1	0,2
Réevaluation à la juste valeur des contrats de change (couverture de flux de trésorerie)	-	1,4
TOTAL	**0,1**	**1,6**

Le rapprochement entre la charge d'impôt obtenue en appliquant le taux d'impôt en vigueur au résultat avant impôt et la charge d'impôt obtenue en appliquant le taux d'impôt réel du Groupe est le suivant pour les exercices clos les 31 décembre 2005 et 2004 :

En M€	2005	2004
Résultat consolidé avant impôt et dépréciation des goodwills	244,9	211,5
Charge d'impôt théorique	85,5	74,9
Impact des différences permanentes et reports non reconnus	2,3	4,7
Charge d'impôt effective	**87,8**	**79,6**

Les sources d'impôt différé sont les suivantes aux 31 décembre :

En M€	2005	2004
Actifs d'impôts différés		
Différences temporelles issues des résultats fiscaux et de retraitements de consolidation	25,2	27,1
Retraite	3,1	2,4
IAS39	-	1,6
Pertes reportables sur des bénéfices fiscaux futurs	1,7	0,3
TOTAL	**30,1**	**31,4**
Passifs d'impôts différés		
Affectation de l'écart de première consolidation SNC	-4,8	-
Pertes RTL Shop	-	-2,5
Actifs joueurs du FC des Girondins de Bordeaux	-	-2,2
Divers	-0,5	-1,5
TOTAL	**-5,4**	**-6,2**

Les déficits fiscaux de Paris Première antérieurs à l'intégration de la société dans le Groupe fiscal M6 n'ont pas été activés.
Au 31 décembre 2005, aucun passif d'impôt différé n'a été comptabilisé pour des impôts qui seraient dus sur les résultats non distribués de certaines filiales, entreprises associées ou coentreprises du Groupe.

Le paiement de dividendes par le Groupe à ses actionnaires n'a pas de conséquence fiscale.

8. Activités en cours de cession (TPS)

Vivendi Universal, TF1 et M6 ont annoncé le 16 décembre 2005 et signé le 6 janvier 2006 un projet d'accord industriel visant à rapprocher les activités de télévision payante en France du Groupe Canal+ et de TPS dans un ensemble contrôlé par Vivendi Universal.
À l'issue de ce rapprochement, ce nouvel ensemble serait détenu à 5,1 % par M6 et contrôlé de manière exclusive par Vivendi Universal.

À ce titre, la contribution de TPS dans les comptes du Groupe est présentée spécifiquement.

La contribution au résultat du Groupe se présente comme suit :

	2005			2004		
(en M€)	Contribution TPS (34 %)	Élimination des flux avec le groupe	Activités en cours de cession	Contribution TPS (34 %)	Élimination des flux avec le groupe	Activités en cours de cession
Chiffre d'affaires	206,0	-11,2	194,8	195,1	-9,7	185,4
Autres produits opérationnels	1,3	-	1,3	2,6	-	2,6
Charges opérationnelles	-198,6	11,2	-187,4	-197,1	9,7	-187,4
Résultat Opérationnel	**8,7**	**-**	**8,7**	**0,6**	**-**	**0,6**
Charges Financières	-0,9	-	-0,9	-3,9	-	-3,9
Perte reconnue sur réévaluation de la juste valeur	-	-	-	-	-	-
Perte avant impôt liée à une activité en cours de cession	**7,8**	**-**	**7,8**	**-3,3**	**-**	**-3,3**
Impôt	-2,7	-	-2,7	1,2	-	1,2
Perte et Gain de l'année sur activités en cours de cession	**5,1**	**-**	**5,1**	**-2,1**	**-**	**-2,1**

Les éléments de bilan, regroupés sur une ligne d'actif et une ligne de passif en 2005, s'analysent comme suit :

(en M€)	2005
Actif	
Incorporels	95,0
Corporels	23,2
Autres actifs non courants	1,8
Actifs courants	79,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2,0
	201,8
Passif	
Passifs non courants	35,1
Passifs courants	184,2
	219,3
Passif net lié aux activités en cours de cession	**-17,5**

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité TPS sont les suivants :

(en M€)	2005	2004
Trésorerie d'exploitation	16,2	44,5
Trésorerie d'investissement non courant	-12,4	-8,8
Trésorerie de financement et d'investissement courant	-3,4	-35,7
Flux net de trésorerie	**0,4**	**0,0**

9. Résultat par action

	2005	2004
Bénéfice net attribuable aux actionnaires en M€	156,2	128,8
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités en cours de cessions en M€	5,1	-2,1
Bénéfice net attribuable aux actionnaires en M€ au titre des activités poursuivies	151,1	130,9
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	131 042 580	130 741 455
Nombre total d'options émises (y compris non dilutives)	3 156 308	3 307 305
Nombre d'actions à rajouter pour constater l'effet de dilution	417 723	1 926 690
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution	131 460 303	132 668 145
résultat net par action	1,192	0,985
résultat net par action des activités poursuivies	1,153	1,001
résultat net dilué par action	1,188	0,971
résultat net dilué par action des activités poursuivies	1,149	0,987

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2005, le calcul du résultat dilué par action ordinaire ne tient pas compte de certaines options sur actions en cours visant 1,9 millions d'options. Le prix d'exercice de ces options étant en effet supérieur au cours de clôture des actions ordinaires, ces options sont considérées comme anti-dilutives.

10. Dividendes versés et proposés

	2005	2004
Déclarés et versés au cours de l'exercice (en M€)	110,0	86,2
Dividende versé par action ordinaire (en €)	0,84	0,67
Proposé pour approbation à l'AGM (en M€)	125,3	-
Dividende versé par action ordinaire (en €)	0,95	-

11. Immobilisations corporelles

Au 31 décembre 2005, les immobilisations corporelles s'élèvent à 61,8 M€ dont 43,9 M€ se rapportant aux bâtiments et au terrain, dont le siège social du Groupe.

31 décembre 2004 (en M€)	Terrain	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total
Au 1er janvier 2004, net des dépréciations et des amortissements	**7,8**	**39,3**	**5,5**	**35,2**	**3,7**	**91,5**
Acquisitions	-	0,5	6,2	12,2	2,5	21,4
Acquisition de filiale (brut)	-	-	4,0	2,5	-	6,5
Cessions	-	-	-4,7	-6,3	-4,5	-15,5
Dotation d'amortissements 2004	-	-2,8	-3,2	-14,5	-	-20,5
Amortissements des acquisitions de filiales	-	-	-3,3	-1,7	-	-5,0
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	4,1	4,3	-	8,4
Au 31 décembre 2004, net des dépréciations et des amortissements	**7,8**	**37,0**	**8,6**	**31,7**	**1,7**	**86,8**
Au 1er janvier 2004						
Coûts	7,8	56,1	34,7	126,6	3,7	228,9
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	-16,8	-29,2	-91,4	-	-137,4
Montant net	**7,8**	**39,3**	**5,5**	**35,2**	**3,7**	**91,5**
Au 31 décembre 2004						
Coût ou juste valeur	7,8	56,6	40,2	134,9	1,7	241,3
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	-19,7	-31,6	-103,2	-	-154,5
Montant net	**7,8**	**37,0**	**8,6**	**31,7**	**1,7**	**86,8**

31 décembre 2005 (en M€)	Terrain	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total
Au 1er janvier 2005, net des dépréciations et des amortissements	**7,8**	**37,0**	**8,6**	**31,7**	**1,7**	**86,8**
Acquisitions	-	1,0	5,8	11,2	0,4	18,4
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)	-	-	-0,1	-117,4	-0,7	-118,3
Acquisition de filiale (brut)	-	1,0	0,1	0,3	-	1,4
Cessions	-	-	-2,0	-7,1	-0,9	-10,0
Dotation d'amortissements 2005	-	-2,9	-3,4	-13,9	-	-20,1
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-	-	0,1	95,0	-	95,1
Amortissements des acquisitions de filiales	-	-0,1	-0,1	-0,2	-	-0,3
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	1,9	6,8	-	8,7
Au 31 décembre 2005, net des dépréciations et des amortissements	**7,8**	**36,1**	**10,9**	**6,4**	**0,6**	**61,8**
Au 1er janvier 2005						
Coûts	7,8	56,6	40,2	134,9	1,7	241,3
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	-19,7	-31,6	-103,2	-	-154,5
Montant net	**7,8**	**37,0**	**8,6**	**31,7**	**1,7**	**86,8**
Au 31 décembre 2005						
Coût ou juste valeur	7,8	58,7	43,9	23,7	0,6	134,7
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	-22,6	-33,0	-17,3	-	-72,9
Montant net	**7,8**	**36,1**	**10,9**	**6,4**	**0,6**	**61,8**

12. Immobilisations incorporelles

Les droits audiovisuels regroupent les droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques et les minimums garantis. Le goodwill dégagé sur l'acquisition de la filiale Société Nouvelle de Cinématographie a été entièrement affecté sur le catalogue en droits audiovisuels.

Les autres immobilisations incorporelles se répartissent en logiciels informatiques et coproductions.
En application de l'IAS 20, *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC sont comptabilisées en moins de la valeur d'actif des coproductions.

31 décembre 2004 (en M€)	Droits audiovisuels	Fonds de commerce	Autres immobilisations incorporelles	Avances et acomptes sur immobilisations	Goodwill	Total
Au 1er janvier 2004, net des dépréciations et des amortissements	**33,1**	**0,6**	**40,8**	**21,8**	**101,7**	**198,0**
Acquisitions	34,6	-	20,2	9,2	24,0	88,0
Acquisitions de filiale (brut)	-	-	3,2	-	-	3,2
Cessions	-5,8	-	-0,5	-1,6	-	-7,9
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Dotation d'amortissements 2004	-26,5	-	-39,2	-	-	-65,7
Amortissements des acquisitions de filiales	-	-	-2,0	-	-11,1	-13,1
Reprises d'amortissements sur cessions	5,7	-	0,4	-	-	6,1
Au 31 décembre 2004	**41,1**	**0,6**	**22,9**	**29,4**	**114,6**	**208,6**
Au 1er janvier 2004						
Coûts	198,3	0,8	227,1	21,8	114,3	562,3
Cumul des amortissements et des dépréciations	-165,2	-0,2	-186,3	-	-12,6	-364,3
Montant net	**33,1**	**0,6**	**40,8**	**21,8**	**101,7**	**198,0**
Au 31 décembre 2004						
Coûts	287,2	0,8	200,2	29,4	130,8	648,4
Cumul des amortissements et des dépréciations	-246,1	-0,2	-177,3	-	-16,2	-439,8
Montant net	**41,1**	**0,6**	**22,9**	**29,4**	**114,6**	**208,6**

31 décembre 2005 (en M€)	Droits audiovisuels	Fonds de commerce	Autres immobilisations incorporelles	Avances et acomptes sur immobilisations	Goodwill	Total
Au 1er janvier 2005, net des dépréciations et des amortissements	**41,1**	**0,6**	**22,9**	**29,4**	**114,6**	**208,6**
Acquisitions	35,9	-	39,5	2,4	-	77,8
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)		-	-11,0	-1,5	-91,0	-103,5
Acquisitions de filiale (brut)	37,4	-	0,4	-	38,5	76,3
Cessions	-11,9	-0,4	-13,2			-25,5
Dépréciations	5,6	-	1,8	-	-0,8	6,6
Dotation d'amortissements 2005	-34,8	-	-43,0	-	-	-77,8
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-		-0,4			-0,4
Amortissements des acquisitions de filiales	-21,9		8,4			-13,5
Reprises d'amortissements sur cessions	11,5		9,3			20,8
Au 31 décembre 2005	**62,9**	**0,2**	**14,7**	**30,3**	**61,3**	**169,4**
Au 1er janvier 2005						
Coûts	287,2	0,8	200,2	29,4	130,8	648,4
Cumul des amortissements et des dépréciations	-246,1	-0,2	-177,3	-	-16,2	-439,8
Montant net	**41,1**	**0,6**	**22,9**	**29,4**	**114,6**	**208,6**
Au 31 décembre 2005						
Coût	349,8	0,2	258,4	30,3	78,4	717,2
Cumul des amortissements et des dépréciations	-287,0	-	-243,8	-	-17,1	-547,8
Montant net	**62,9**	**0,2**	**14,7**	**30,3**	**61,3**	**169,4**

13. Tests de dépréciation des goodwills et actifs incorporels à durée de vie indéterminée

Les goodwills ont évolué comme suit en 2004 et 2005 :

Valeur brute		
Au 1er janvier 2004	**114,3**	
Dont TPS		*92,6*
Acquisition	16,6	
Paris Première		*15,5*
Dont Boutique du Monde		*0,9*
Cession	-	
Au 31 décembre 2004	**130,9**	
Acquisition	38,5	
Dont Mistergooddeal		*38,0*
Dont Citato		*0,5*
Goodwill des activités en cours de cession (TPS)	-91,0	
Au 31 décembre 2005	**78,4**	

Perte de valeur		
Au 1er janvier 2004 (cumul)	**-12,6**	
Perte de valeur	-3,6	
Dont Fun TV		*-2,8*
Dont M6 Foot		*-0,8*
Cession	-	
Au 31 décembre 2004 (cumul)	**-16,2**	
Perte de valeur	-0,9	
Dont Boutique du Monde		*-0,9*
Cession	-	
Au 31 décembre 2005 (cumul)	**-17,1**	

Valeur nette comptable		
Au 1er janvier 2004	**101,7**	
Au 31 décembre 2004	**114,6**	
Au 31 décembre 2005	**61,3**	
Dont Paris Première		*15,5*
Dont Mistergooddeal		*38,0*

La méthode des flux de trésorerie actualisés utilisée pour déterminer la valeur d'usage repose sur les paramètres suivants :

- Taux d'actualisation avant impôt : 8,11 %
- Taux de croissance à l'infini : 2 %

A l'exception de Boutique du Monde (pôle HSS), les tests réalisés sur la valeur d'usage des actifs auxquels sont rattachés les goodwills n'ont pas mis en évidence de perte de valeur d'un des goodwills.

14. Actifs financiers disponibles à la vente

Les actifs financiers disponibles à la vente sont constitués des titres de participation détenus par le Groupe dans des sociétés non consolidées et des créances qui s'y rattachent directement.

Ces actifs s'élevaient à 8,2 M€ au 31 décembre 2004 dont 7,2 M€ en lien avec RTL Shop. Consécutivement à la cession de RTL Shop, les actifs financiers ne représentent plus au 31 décembre 2005 que 0,3 M€.

15. Autres actifs financiers

Autres actifs financiers non courants

Dans cette catégorie apparaît essentiellement la partie non éliminée des comptes courants détenus sur les coentreprises et considérés comme ayant une échéance supérieure à 1 an. La dette résultant du financement du co-actionnaire est classée en dettes financières non courantes en application du principe de non compensation des actifs et passifs financiers.

Ces comptes courants sont à des prêts à taux variables basés sur l'Eonia.

Le Groupe ne détient pas d'actifs financiers non courants à taux fixe.

Les produits générés par ces actifs sont comptabilisés au cours de la période en produits financiers. La comptabilisation initiale de tels prêts se fait au coût amorti.

En M€	2005	2004
Comptes courants d'associés	6,4	6,3
Dépréciation des comptes courants d'associés	-1,7	-
Autres actifs financiers	1,6	1,4
Autres actifs financiers non courants	**6,3**	**7,7**

Instruments financiers dérivés

Ils sont classés en autres actifs financiers courants lorsque la valeur de marché de ces instruments est positive et classés en passifs financiers courants lorsque leur valeur de marché est négative.

16. Participation dans les coentreprises

Les entreprises dans lesquelles M6 ou une de ses filiales sont co-actionnaires sont les suivantes :

	% de détention		Activité
	2005	2004	
TCM DA	50 %	50 %	Portefeuille de droits de diffusion
Série Club	50 %	50 %	Chaîne numérique Série Club
TF6	50 %	50 %	Chaîne numérique TF6
TF6 Gestion	50 %	50 %	Gérante de TF6

Les contributions des coentreprises dans les comptes consolidés du Groupe sont les suivantes :

en M€	2005	2004	Variation
Actif non courant	18,6	23,6	-5,0
Actif courant	12,1	7,3	4,8
Passif non courant	-5,2	-11,1	5,9
Passif courant	-19,6	-17,5	-2,1
Actif net	**5,9**	**2,3**	**3,6**
Chiffre d'affaires	**17,3**	**16,6**	**0,7**
Résultat	**6,8**	**1,8**	**5,0**

17. Rémunérations en actions

Les principaux paramètres utilisés pour la valorisation des plans de souscriptions d'actions et des plans d'attribution gratuite d'actions sont les suivants :

	Modèle	Cours de référence	Prix d'exercice	Volatilité historique	Taux sans risque	Rendement attendu	Décôte de liquidité	Juste valeur unitaire
Plans de souscription d'actions								
Du 25/07/03	Trinomial	23,66	22,48	52,3%	3,05%	0,86€ brut +15% de croissance	15%	8,42
Du 14/11/03	Trinomial	25,07	23,82	52,3%	3,54%	0,86€ brut +15% de croissance	15%	9,11
Du 28/04/04	Trinomial	24,97	24,97	52,3%	3,32%	0,86€ brut +15% de croissance	15%	8,8
Du 02/06/05	Trinomial	20,17	19,94	41,8%	3,24%	0,84€ brut +15% de croissance	15%	4,72
Plan d'attribution gratuite d'actions								
Du 02/06/05	Trinomial	20,17	0	41,8%	3,24%	0,84€ brut +15% de croissance	15%	23,75

La maturité retenue correspond pour l'ensemble des plans à la période d'indisponibilité (4 ans pour les plans de souscription d'actions / 2 ans pour le plan d'attribution gratuite)

Il en résulte les impacts suivants sur le compte de résultat sur la ligne "charges de personnel" :

	Charges de personnel	
	2005	2004
Plan de souscription d'actions		
Du 25/07/03	1,3	1,3
Du 14/11/03	-	-
Du 28/04/04	1,6	1,1
Du 02/06/05	0,4	-
Plan d'attribution gratuite d'actions		
du 02/06/05	0,7	-
Charge totale	**4,0**	**2,4**

18. Indemnités de départ en retraite

Les différents impacts sur les états financiers liés aux indemnités de départ en retraite s'analysent comme suit :

Charges comptabilisées dans le compte de résultat pour l'année 2005

(En M€)	Activités poursuivies	Activités en cours de cession	Total activités
Coût du service courant	1,3	0,1	1,4
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,4	-	0,4
Revenus attendus des actifs du régime	-	-	-
Gain ou perte actuariel(le) sur l'année	-	-	-
Coûts des services passés	-	-	-
Dépense nette	**1,7**	**0,1**	**1,8**

Montants comptabilisés au passif au titre des régimes à prestation définie

(En M€)	2005	2004
Valeur actualisée de l'obligation	11,2	7,6
Gains/Pertes actuariel(le)s net(te)s non comptabilisé(e)s	-1,8	-0,5
Coûts des services passés non comptabilisés	-	-
Provision des activités en cours de cession	-0,3	-
Montant comptabilisé à l'actif ou au passif au titre des régimes à prestation définie	**9,1**	**7,1**

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

	2005 %	2004 %
Taux d'actualisation	4,00	4,50
Augmentations de salaires futures	3,63	3,80
Taux d'inflation	2,00	2,00

19. Stocks

(en M€)	Stocks de droits de diffusion	Stocks commerciaux	Total
Au 1er janvier 2005, net des dépréciations	**109,5**	**8,7**	**118,2**
Acquisitions	223,4	63,7	287,1
Actif inclus dans des activités en cours de cession	-15,5	-57,3	-72,8
Acquisition de filiale	-	7,5	7,5
Consommations	-214,4	-	-214,4
Dotations / Reprises de dépréciations 2005	12,7	-1,5	11,2
Au 31 décembre 2005, net des dépréciations	**115,7**	**21,1**	**136,8**
Au 1er janvier 2005			
Coûts	172,2	16,4	188,6
Cumul des dépréciations	-62,7	-7,7	-70,4
Montant net	**109,5**	**8,7**	**118,2**
Au 31 décembre 2005			
Coût ou juste valeur	165,8	30,4	196,2
Cumul des dépréciations	-50,1	-9,3	-59,4
Montant net	**115,7**	**21,1**	**136,8**

20. Créances et autres créances

Les créances et autres créances sont composées de créances commerciales et d'autres créances liées à l'activité comme les avances et acomptes.

21. Trésorerie et équivalents de trésorerie

en M€	2005	2004
Placement de trésorerie auprès de Bayard d'Antin	40,0	-
FCP, SICAV monétaires	197,1	202,0
Trésorerie en banque	7,9	9,5
Trésorerie des activités en cours de cession	-2,0	-
Total trésorerie et équivalents de trésorerie	**243,1**	**211,5**

La trésorerie et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction (juste valeur par résultat) et sont donc évaluées à leur juste valeur.
Les FCP et SICAV monétaires ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 31 décembre 2005.
Le placement auprès de Bayard d'Antin SA est régi par une convention de trésorerie décrite en note 27.

22. Capitaux propres

Actions composant le capital de Métropole Télévision

Nombre d'actions émises :

En Milliers	2005	2004
Actions ordinaires de 0,4	131 889	131 889

Nombre d'actions en circulation :

En Milliers	
Au 1er janvier 2005	**130 741**
Exercice des stocks options	612
Variation contrat de liquidité	44
Au 31 décembre 2005	**131 397**

Les actions composant le capital de Métropole Télévision sont toutes des actions ordinaires avec un droit de vote simple.
Les actions sont entièrement libérées.

Deux plans d'options d'achats d'actions et sept plans de souscriptions d'actions accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe sont en place au 31 décembre 2005.

Variations de capitaux propres ne transitant pas par le compte de résultat

La part efficace de la variation de juste valeur des instruments financiers comptabilisés en tant que couverture des flux de trésorerie futurs est enregistrée dans les capitaux propres. Les gains ou pertes intermédiaires réalisés sur une couverture (notamment en cas de report) sont comptabilisés dans cette même réserve. Sur l'exercice cette réserve a connu la variation suivante :
Le nombre de relations de couverture de type couverture des flux de trésorerie futurs était de 26 au 31 décembre 2004 et de 22 au 31 décembre 2005.

L'impact sur les capitaux propres en autres réserves s'analyse comme suit :

En M€	Solde des réserves liées aux instruments financiers dérivés
2004	**(4,5)**
Résultat de change réalisé sur opérations non échues	-
Nouvelles couvertures	0,1
Variations anciennes couvertures	0,7
Échéances des couvertures	1,3
Échéances des opérations sur résultat réalisé enregistré en capitaux propres	2,0
Variation sur les actifs détenus en vue d'être cédés	0,5
2005	**0,1**

23. Dettes financières

Au 31 décembre 2004, la dette du Groupe correspondait pour sa majeure partie à l'endettement de TPS auprès des établissements financiers pour le crédit-bail et du co-actionnaire du Groupe dans TPS pour le solde du financement. En 2004 les actionnaires s'étaient en effet substitués aux banques dans le financement de TPS à hauteur de leurs quotes-parts respectives.

Au 31 décembre 2005, la dette TPS est reprise dans la ligne de passif des activités en cours de cession.

Les seules dettes existantes à cette date comprennent :

- La quote-part de dette auprès des co-actionnaires des sociétés co-détenues ;
- deux financements moyen terme contractés par Mistergooddeal pour l'acquisition de locaux pour un total de 0,75 M€.

Variation de l'endettement net

en M€	2005	2004
Dettes financières non courantes	10,4	12,1
Dettes financières des activités en cours de cession	-5,3	-
Total dettes financières non courantes	**5,1**	**12,1**
Dettes financières courantes	52,7	33,1
Instruments financiers nets	0,2	5,9
Dettes financières des activités en cours de cession	-51,2	-
Total dettes financières courantes	**1,7**	**39,0**

La répartition de la dette financière entre taux fixe et taux variable, après prise en compte de l'ensemble des opérations de couverture de taux non échues à la clôture de l'exercice 2004, était la suivante :

	2004
Dettes à taux fixe	86 %
Dettes à taux variable	14 %

24. Provisions

(en M€)	Provisions pour retraite	Pertes des sociétés associées	Provisions pour litiges (1)	Autres provisions pour risques (2)	Autres provisions pour charges (3)	Total
Au 1er janvier 2005	**7,1**	**10,3**	**18,1**	**12,5**	**32,6**	**80,6**
Acquisition de filiale	-	-	-	-	0,6	0,6
Cession de filiales	-	-10,3	-	-	-	-10,3
Provisions des activités en cours de cession	-0,3		-4,2	-3,0	-7,9	-15,4
Dotation annuelle	2,2	-	3,4	3,7	13,7	23,0
Utilisation	-0,4	-	-1,4	-2,7	-0,2	-4,7
Reprise non utilisée	-	-	-3,7	-3,4	-1,6	-8,7
Autres variations	0,5	-	-	0,9	-1,1	0,3
Au 31 décembre 2005	**9,1**	**-**	**12,2**	**8,0**	**36,1**	**65,4**
Courant 2005	-	-	12,2	8,0	36,1	56,3
Non courant 2005	9,1	-	-	-	-	9,1
	9,1	**-**	**12,2**	**8,0**	**36,1**	**65,4**
Courant 2004	-	-	18,1	12,5	32,6	63,2
Non courant 2004	7,1	10,3	-	-	-	17,4
	7,1	**10,3**	**18,1**	**12,5**	**32,6**	**80,6**

Les informations complémentaires relatives aux litiges en cours ne sont pas présentées individuellement dans la mesure où la communication de ces éléments pourrait être préjudiciable au Groupe Métropole Télévision.

(1) Les provisions pour litiges comprennent :	
- Provisions pour litiges juridiques Antenne	6,9
- Provisions pour litiges juridiques Diversifications	2,7
- Provisions pour autres litiges chaînes numériques	0,1
- Provisions pour litige social	2,5
	12,2

(2) Les autres provisions couvrent les risques suivants :	
- Provisions pour risques Antenne	3,9
- Provisions pour risques divers Paris Première	1,7
- Provision pour risques divers chaînes numériques	1,2
- Provisions pour risques divers FC Girondins de Bordeaux	0,5
- Divers	0,7
	8,0

(3) Les autres provisions pour charges comprennent des provisions liées à l'Antenne pour 22,3 M€

25. Dettes et autres dettes

en M€	2005	2004
Autres	-	40,4
Dettes sur immobilisations	7,8	-
Total dettes d'exploitation et diverses non courantes	**7,8**	**40,4**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	296,4	308,7
Dettes fiscales et sociales	209,4	201,1
Autres	54,6	77,2
Dettes sur immobilisations	20,9	28,8
Total dettes d'exploitation et diverses courantes	**581,3**	**615,8**

26. Actifs et passifs éventuels

En M€	<1 an	>1 an	Total 2005	Total 2004	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés :					
Achats de droits et engagements de coproductions (1)	180,8	493,6	674,4	475,1	Contrats signés
Transport d'images. location satellite et transpondeurs (2)	37,3	44,7	82,0	155,1	Contrats signés
Responsabilité sur passif des Sociétés en Nom Collectif (3)	-	13,0	13,0	304,4	Liquidation SNC
Baux non résiliables (2)	3,2	3,8	7,0	8,8	Baux
Autres	-	-	-	9,7	-
Engagements donnés des activités en cours de cession	77,9	159,8	237,7		
Responsabilité de passif sur activités en cours de cession		390,9	390,9		
Total des engagements donnés	**299,2**	**1 105,8**	**1 405,0**	**953,1**	
Engagements reçus :					
Responsabilité sur passif des Sociétés en Nom Collectif (3)	-	19,5	19,5	311,4	Liquidation SNC
Engagement de ventes	11,9	13,8	25,7	22,4	Échéances annuelles
Soutien financier accordé par le CNC	0,4	-	0,4	1,8	Date d'agrément
Autres	10,8	10,0	20,8	5,4	-
Responsabilité de passif sur activités en cours de cession		390,9	390,9		
Total des engagements reçus	**23,1**	**434,2**	**457,3**	**341,0**	

(1) Ces engagements se rapportent :

- aux engagements d'achats sur des droits non encore produits ou achevés,
- aux engagements contractuels sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation, déduction faite des acomptes versés.

(2) ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance.

(3) Dans la mesure où les associés d'une Société en Nom Collectif répondent indéfiniment et solidairement des dettes portées par la SNC, le groupe présente en engagements hors bilan donnés le total du passif des SNC qu'il détient, retraité des comptes de régularisation ainsi que des comptes courants d'associés, et en engagement hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

La présentation des engagements du Groupe n'omet pas l'existence d'un engagement hors-bilan significatif selon les normes comptables en vigueur.

Les actifs immobilisés du Groupe ne sont assortis d'aucun nantissement ou hypothèque.

27. Parties liées

27.1. Identification des parties liées

Les parties liées au Groupe sont les sociétés non consolidées, les coentreprises et les entreprises associées, RTL Group, actionnaire du Groupe à hauteur de 49,00 %, Bertelsmann AG actionnaire de RTL, les mandataires sociaux et les membres du Conseil de Surveillance.

27.2. Transactions avec les actionnaires

Aux terme d'une convention de placement de trésorerie signée entre Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision en date du 1er décembre 2005, la société Métropole Télévision a la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à la société Bayard d'Antin soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder 3 mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions du marché.
Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision, le placement à Bayard d'Antin ne pourra excéder 20 % des liquidités bancaires du Groupe Métropole Télévision.
Au 31 décembre 2005, le compte courant journalier entre M6 et Bayard d'Antin s'élève à 40,0 M€.

Transactions courantes

en M€	2005		2004	
	RTL	BERTELSMANN	RTL	BERTELSMANN
Ventes de biens et services	4,8	15,2	5,1	21,9
Achats de biens et services	16,3	3,1	15,1	8,6

en M€	2005		2004	
	RTL	BERTELSMANN	RTL	BERTELSMANN
Créances	8,4	2,8	4	4,3
Dettes	9,5	1	6,7	0,4

Opérations spécifiques

Le 1er avril 2005 le Groupe a acquis auprès de Bayard d'Antin 100 % de la Société Nouvelle de Cinématographie pour un montant de 13 M€.

Le 19 juillet 2005, le Groupe a cédé sa participation de 20 % dans RTL Shop à RTL Interactive pour un montant de 10 M€.

27.3. Transactions avec les coentreprises

Les transactions suivantes ont été réalisées :

à 100 % en M€	2005	2004
Ventes de biens et services	37,6	34,1
Produits financiers	2,5	1,7
Achats de biens et services	20,3	20

Les ventes et les achats effectués avec les coentreprises ont été conclus à des conditions normales de marché.

Les soldes bilantiels résultant de ces ventes et achats sont les suivants :

à 100 % en M€	2005	2004
Créances	22,2	78
dont financement	*9,4*	*60,9*
Dettes	7,9	10
dont financement	*1,2*	*1,3*

27.4. Transactions avec les mandataires sociaux et les dirigeants

La rémunération versée aux membres du Directoire représente un total de 3,1 M€.
Les membres du Conseil de Surveillance ont été rémunérés par des jetons de présence à hauteur de 120 000 € et détiennent 2 000 actions du Groupe.
Les options de souscription d'actions accordées aux dirigeants sont communiquées en notes 11.5.2 et 11.6 du rapport de gestion du Groupe.
Par ailleurs, au même titre et dans les mêmes conditions que les salariés du Groupe, les membres du Directoire pourront bénéficier d'une indemnité légale de fin de carrière dont le coût global et les modalités de détermination sont décrits en note 18.

28. Politique et objectif de gestion du risque financier

Risque de change

Le Groupe achète auprès de fournisseurs étrangers des achats de programmes libellés en dollars américains ou en livres sterling. Afin de se protéger contre des fluctuations aléatoires du marché qui risqueraient de pénaliser son résultat ou de réduire la valeur de son patrimoine, le Groupe M6 a décidé de couvrir ses achats de droits. La couverture se fait dès l'apparition d'un risque économique mais elle est pondérée en fonction de l'échéance du sous-jacent.
Le Groupe n'utilise que des produits simples lui garantissant un montant couvert et un taux maximum de couverture, ce sont pour l'essentiel des achats à terme.
Un rapport sur l'évolution du risque de change est élaboré chaque mois afin d'aider au pilotage de la gestion des risques.

Politique de placement

Toutes les disponibilités doivent pouvoir être mobilisées au plus vite en limitant au maximum la prise de risque sur le capital. L'approche du groupe est résolument prudente et non spéculative.
Ainsi, certaines règles prudentielles doivent être respectées dans le cadre des placements de trésorerie du Groupe :

- ne pas détenir plus de 5 % de l'actif d'un fonds (ratio d'emprise) ;
- diversification obligatoire : ne pas mettre plus de 20 % sur un même support ;
- limiter le risque crédit des fonds : investissement obligatoire en « investment grade » à l'intérieur de chaque fonds.

Les rendements de ces produits sont contrôlés régulièrement et diffusés à la direction une fois par mois. Un reporting précis des différents risques de ces placements est également diffusé tous les trimestres.

29. Instruments financiers

Échéances

Les échéances des instruments de couverture (valorisé en € au cours de couverture à terme) sont les suivantes :

En M€	2005	<1 an	De 1 à 5 ans
TCM	4,8	4,8	
SND	6,8	6,8	
M6 TV	15,5	11,4	4,1

Juste valeur

Les évaluations à la juste valeur des instruments financiers utilisés par le Groupe se présentent comme suit :

Instruments financiers dérivés passifs	2005 hors TPS		2004	
en M€	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels en Cvr €	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels en Cvr €
Couvertures de juste valeur				
contrats de change à terme	-	-	-1,2	14,4
Couvertures de flux de trésorerie				
contrats de change à terme	-	-	-2,1	33,6
Dérivés non documentés				
contrats de change à terme	-	-	-1,8	16,8
options	-	-	-	1,1
swap de taux d'intérêts	-	-	-	-
TOTAL	**-**	**-**	**-5,1**	**65,9**

Instruments financiers dérivés actifs	2005 hors TPS		2004	
en M€	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels en Cvr €	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels en Cvr €
Couvertures de juste valeur				
contrats de change à terme	0,2	6,7	-	-
Couvertures de flux de trésorerie				
contrats de change à terme	0,1	15,6	-	-
Dérivés non documentés				
contrats de change à terme	0,1	4,8	-	-
TOTAL	**0,4**	**27,1**	**-**	-

30. Transitions aux normes IFRS

2005 constitue le premier exercice au titre duquel les comptes consolidés complets IFRS du Groupe sont publiés en conformité avec la norme IFRS 1, *Première adoption des IFRS*.

Le Groupe a communiqué dans son Rapport Annuel 2004 une information sur la transition aux normes IFRS. Des modifications, sans incidence sur les capitaux propres au 31 décembre 2004, ont depuis été apportées sur cette information de façon à tenir compte de certains principes de présentation finalement retenus dans le cadre de la publication des comptes arrêtés au 31 décembre 2005 dans le référentiel IFRS.

Les modifications du compte de résultat 2004 concernent :

- Une reclassification d'un retraitement fait en application de l'IAS 21. L'impact de ce retraitement est de + 3,8 M€ sur les « autres éléments financiers » et – 3,8 M€ sur les « consommations et autres charges opérationnelles » ;
- l'application de la norme IFRS 5 et la présentation en colonne des activités en cours de cession.

Les modifications du bilan au 31 décembre 2004 concernent :

- le maintien à l'actif des acomptes sur l'impôt société et au passif de la dette d'impôt société. L'impact de ce changement de présentation est de + 75,5 M€ sur les « autres actifs courants » et + 75,5 M€ sur les « dettes fiscales et sociales » ;
- le reclassement au passif de la provision pour diffusions improbables sur droits non ouverts au 31 décembre 2004. L'impact de ce changement de présentation est de + 17,0 M€ sur les « autres actifs courants » et + 17,0 M€ sur les « provisions pour risques et charges courantes » ;
- le reclassement au bilan des comptes courants d'associés ayant une nature de prêt. L'impact de ce changement de présentation est à l'actif : de + 6 ,3 M€ sur les « autres actifs financiers non courants », de + 29,2 M€ sur les « actifs financiers courants », et – 35,5 M€ sur les « autres actifs courants ».
  L'impact de ce changement de présentation est au passif : de + 5 ,7 M€ sur les « dettes financières non courantes », de + 29,2 M€ sur les « dettes financières courantes », et de – 34,9 M€ sur les « autres passifs courants ».

Les principaux impacts des normes IFRS sur les états financiers au 31 décembre 2004 et au 1er janvier 2004 sont exposés ci-après (Notes A à D).

NOTE A : tableau de passage du compte de résultat consolidé 2004 (En millions d'euros)

Rubriques	31/12/2004 Normes françaises	Retraitements IFRS	31/12/2004	Dont Activités en cours de cession	Dont Activités poursuivies
Chiffre d'affaires	1 192,8	4,8	1 197,6	185,4	1 012,2
Autres produits opérationnels	46,4	9,4	55,8	2,6	53,2
Total des produits opérationnels	**1 239,2**	**14,2**	**1 253,4**	**188,0**	**1 065,4**
Consommations et autres charges opérationnelles	-724,8	-13,5	-738,3	-157,7	-580,6
Charges de personnel (yc participation)	-160,6	-5,9	-166,5	-16,8	-149,7
Impôts, taxes et versements assimilés	-54,5	-0,1	-54,6	-2,6	-52,0
Dotations aux amort. et aux prov. (nettes de reprises)	-76,8	-5,2	-82,0	-10,3	-71,7
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-3,6	-3,6	-	-3,6
Total des charges opérationnelles	-1 016,7	-28,3	-1 045,0	-187,4	-857,6
Résultat opérationnel	**222,5**	**-14,1**	**208,4**	**0,6**	**207,8**
Produit de la trésorerie	4,0	-	4,0	-0,4	4,4
Coût de l'endettement	-1,4	-	-1,4	-1,4	-
Réévaluation des instruments dérivés	-	-2,5	-2,5	-1,4	-1,1
Autres éléments financiers	-1,7	1,7	-	-0,7	0,7
Résultat financier	**0,9**	**-0,8**	**0,1**	**-3,9**	**4,0**
Résultat exceptionnel	**2,6**	**-2,6**	**-**	**-**	**-**
Part dans les sociétés associées	-0,6	-	-0,6	-	-0,6
Résultat courant avant impôt	225,4	-17,5	207,9	-3,3	211,2
Impôt sur le résultat	-80,7	1,1	-79,6	1,2	-80,8
Résultat net consolidé	**144,7**	**-16,4**	**128,3**	**-2,1**	**130,4**
Amortissements des écarts d'acquisition	-6,5	6,5	-	-	-
Intérêts minoritaires	0,5	-	0,5	-	0,5
Résultat part du Groupe	**138,7**	**-9,9**	**128,8**	**-2,1**	**130,9**
Nombre d'actions en circulation (en milliers)			130 678		130 678
Résultat net par action (en Euros)			0,982	-0,016	0,998
Résultat net Part du groupe par action (en Euros)			0,985	-0,016	1,001
Résultat net dilué par action (en Euros)			0,971	-0,016	0,987

Résultat Normes françaises 31/12/2004	**138,7**
Annulation dépréciation actions propres	-0,3
Provision retraite	0,6
Instruments financiers	-3,5
Ecarts de conversion	0,0
Valorisation des stocks options	-2,4
Amortissement à la recette des droits audiovisuels	-3,0
Modalités de reconnaissances des revenus	2,5
Traitement des regroupements d'entreprise	-7,8
Amortissement des écarts d'acquisition	2,8
Effet de l'impôt sur les retraitements	1,2
Résultat IFRS 31/12/2004	**128,8**

NOTE B : tableau de passage du bilan consolidé au 31/12/2004 (En millions d'euros)

ACTIF	Normes Françaises 31/12/2004	Retraitements IFRS	IFRS 31/12/2004
Goodwill	28,2	86,4	114,6
Immobilisations incorporelles nettes	174,6	-80,6	94,0
Immobilisations corporelles nettes	86,8	-	86,8
Immobilisations financières nettes	9,7	6,3	16,0
Total actif immobilisé	**299,3**	**12,1**	**311,4**
Autres actifs non courants	29,3	2,1	31,4
Total actif non courant	**328,6**	**14,2**	**342,8**
Actif courant			
Stocks	267,6	-149,4	118,2
Créances clients nettes	237,1	-	237,1
Autres actifs courants	155,4	140,9	296,3
Actifs financiers courants	-	29,2	29,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	231,5	-20,0	211,5
Total actif courant	**891,6**	**0,7**	**892,3**
Total actif	**1 220,2**	**14,9**	**1 235,1**

PASSIF	Normes Françaises 31/12/2004	Retraitements IFRS	IFRS 31/12/2004
Capitaux propres	470,5	-29,2	441,3
Autres fonds propres	0,8	-0,8	-
Fonds propres part du Groupe	**471,3**	**-30,0**	**441,3**
Intérêts minoritaires	**-0,4**	**-**	**-0,4**
Provisions pour risques et charges	61,3	-43,9	17,4
Dettes financières et crédit bail	10,3	1,8	12,1
Autres dettes non courantes	6,0	40,7	46,7
Total passif non courant	**77,6**	**-1,4**	**76,2**
Provisions pour risques et charges	-	63,2	63,2
Dettes financières et crédit bail	-	33,1	33,1
Instruments financiers dérivés	-	5,9	5,9
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	458,7	-150,0	308,7
Dettes fiscales et sociales	125,6	75,4	201,0
Autres passifs courants	87,4	18,7	106,1
Total passif courant	**671,7**	**46,3**	**718,0**
Total passif	**1 220,2**	**14,9**	**1 235,1**

Synthèse des retraitements du bilan par nature

Fonds propres part du Groupe Normes Françaises au 31/12/2004	**471,3**
Reclassement des actions propres	-59,4
Retraitement de la dépréciation des actions propres	39,5
Reclassement des subventions	-0,8
Comptabilisation des engagements de retraite	0,6
Instruments financiers	-7,5
Écarts de conversion	1,5
Amortissement à la recette des droits audiovisuels	4,9
Modalités de reconnaissances des revenus	-6,1
Traitement des regroupements d'entreprise	-7,8
Amortissement des écarts d'acquisition	2,8
Effet d'impôt des retraitements	2,3
Fonds propres part du Groupe IFRS au 31/12/2004	**441,3**

NOTE C : tableau de passage du tableau de financement consolidé au 31/12/2004 (En millions d'euros)

Tableau de financement		Normes Françaises 31/12/2004	Retraitements IFRS	IFRS 31/12/2004
Résultat opérationnel		216,0	-7,6	208,4
Amortissements et provisions hors actifs circulants		79,8	-2,2	77,6
Plus values et moins values de cession		0,4	-5,5	-5,1
Produits perçus de la trésorerie nette		4,0	-	4,0
Intérêts payés		-1,4	-	-1,4
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		-1,8	4,3	2,5
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT D'EXPLOITATION AVANT IMPÔT		**297,0**	**-11,0**	**286,0**
Variations d'exploitation	Stocks nets	-35,1	25,7	-9,4
	Créances d'exploitation nettes	39,0	-16,2	22,8
	Dettes d'exploitation	8,2	-3,7	4,5
	Transfert de charges au compte de charges à répartir	-3,5	3,5	-
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION		**8,6**	**9,3**	**17,9**
Impôt sur les sociétés décaissé		**-107,5**	**-**	**-107,5**
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		**198,1**	**-1,7**	**196,4**
	Dont activités en cours de cession			*44,5*
Opérations d'investissement non courant	Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-61,8	-5,4	-67,2
	Acquisitions d'immobilisations corporelles	-17,9	-	-17,9
	Acquisitions d'immobilisations financières	-0,7	-	-0,7
	Dettes sur immobilisations	-2,7	-	-2,7
	Trésorerie nette résultant d'acquisitions et cessions de filiales	-20,7	-	-20,7
	Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	1,3	6,9	8,2
	Cessions ou réductions d'immobilisations financières	0,2	-	0,2
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT NON COURANT		**-102,3**	**1,5**	**-100,8**
	Dont activités en cours de cession			*-8,8*
Opérations de financement et d'investissement courant				
	Augmentation/réduction de capital	4,0	-	4,0
	Actifs financiers courants	-	-	-
	Passifs financiers	-35,7	-0,1	-35,8
	Acquisition / cession d'actions propres	-	4,7	4,7
	Dividendes versés aux actionnaires de la sté mère et aux minos des stés intégrées	-86,2	-	-86,2
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT ET D'INVESTISSEMENT COURANT		**-117,9**	**4,6**	**-113,3**
	Dont activités en cours de cession			*-35,7*
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE		**-22,1**	**4,4**	**-17,7**
	Dont activités en cours de cession			-
	Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	253,6	-24,4	229,2
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLOTURE		**231,5**	**-20,0**	**211,5**
SYNTHÈSE DES RETRAITEMENTS DU TABLEAU DE FINANCEMENT PAR NATURE				
	Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture Normes Françaises 31/12/2004	**231,5**		
	Retraitement des actions propres	-19,7		
	Autres	-0,3		
	Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture IFRS 31/12/2004	**211,5**		

NOTE D : tableau de passage du bilan consolidé au 01/01/2004 (En millions d'euros)

ACTIF	Normes Françaises 01/01/2004	Retraitements IFRS	IFRS 01/01/2004
Goodwill	10,7	91,0	101,7
Immobilisations incorporelles	172,1	-75,9	96,2
Immobilisations corporelles	91,5	-	91,5
Immobilisations financières	8,8	4,8	13,6
Total actif immobilisé	**283,1**	**19,9**	**303,0**
Autres actifs non courants	33,9	1,1	35,0
Total actif non courant	**317,0**	**21,0**	**338,0**
Actif courant			
Stocks	226,2	-121,5	104,7
Créances clients nettes	263,6	-	263,6
Autres actifs courants	155,4	136,9	292,3
Actifs financiers courants	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	253,6	-24,4	229,2
Total actif courant	**898,8**	**-9,0**	**889,8**
Total actif	**1 215,8**	**12,0**	**1 227,8**

PASSIF	Normes Françaises 01/01/2004	Retraitements IFRS	IFRS 01/01/2004
Capitaux propres	419,5	-26,3	393,2
Autres fonds propres	0,5	-0,5	-
Fonds propres part du Groupe	**420,0**	**-26,8**	**393,2**
Intérêts minoritaires	**-1,2**	**-**	**-1,2**
Provisions pour risques et charges	67,1	-54,0	13,1
Dettes financières et crédit bail	46,0	2,9	48,9
Autres dettes non courantes	6,8	44,5	51,3
Total passif non courant	**119,9**	**-6,6**	**113,3**
Provisions pour risques et charges	-	72,5	72,5
Dettes financières et crédit bail	-	1,9	1,9
Instruments financiers dérivés	-	4,3	4,3
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	426,2	-132,5	293,7
Dettes fiscales et sociales	151,5	56,9	208,4
Autres passifs courants	99,4	42,3	141,7
Total passif courant	**677,1**	**45,4**	**722,5**
Total passif	**1 215,8**	**12,0**	**1 227,8**

Synthèse des retraitements du bilan par nature

Fonds propres part du Groupe Normes Françaises au 01/01/2004	**420,0**
Reclassement des actions propres	-64,1
Retraitement de la dépréciation des actions propres	39,7
Reclassement des subventions	-0,5
Comptabilisation des engagements de retraite	-
Instruments financiers	-3,7
Écarts de conversion	1,4
Amortissement à la recette des droits audiovisuels	8
Modalités de reconnaissances des revenus	-8,6
Traitement des regroupements d'entreprise	-
Amortissement des écarts d'acquisition	-
Effet d'impôt des retraitements	1,0
Fonds propres part du Groupe IFRS au 01/01/2004	**393,2**

Dans le cadre de la norme IFRS 1, le Groupe a retenu les options suivantes pour préparer son bilan d'ouverture :

• les regroupements d'entreprises antérieurs au 1er janvier 2004 n'ont pas été retraités ;

• la norme IAS 39 est appliquée de façon rétrospective à compter du 1er janvier 2004.

Les autres options offertes par IFRS 1 n'ont pas été retenues ou n'étaient pas applicables dans le cas du Groupe, notamment, les options se rapportant aux écarts actuariels non comptabilisés sur les engagements de retraite ou aux écarts de conversion cumulés qui ne s'appliquent pas au Groupe (les écarts actuariels ayant été enregistrés en résultat à mesure qu'ils étaient constatés ; et le Groupe n'ayant pas d'écarts de conversion accumulés en capitaux propres au titre de la conversion en euro des comptes de filiales étrangères).

Le Groupe n'a procédé en outre à aucune réévaluation des actifs corporels et incorporels, qui ont donc été maintenus à leur valeur nette.

30.1. Explications des principaux retraitements ayant des impacts sur les comptes consolidés du Groupe

Présentation des états financiers

Présentation du Bilan

Dans le référentiel IFRS, une distinction est faite à l'Actif comme au Passif entre éléments courants (s'inscrivant comme concourant au cycle normal d'exploitation de l'entreprise) et éléments non courants.

• En actifs non courants ont été reclassés les impôts différés actifs ;

• En passifs non courants ont été classés les provisions long-terme (retraites, pertes des sociétés mises en équivalence), les impôts différés, certaines dettes d'exploitation (liées à des contrats ou à des transactions donnant lieu à des décaissements différés et à plus d'un an), les dettes sur immobilisations à plus d'un an et les dettes financières dues à plus d'un an.

En outre des reclassifications au sein du bilan, d'un poste à l'autre, ont été effectuées consécutivement à l'application de certaines normes du référentiel IFRS.

Présentation du Compte de résultat

La présentation du compte de résultat a été revue conformément à IAS 1.

• Les éléments du résultat exceptionnel ont été reclassés dans les rubriques appropriées du résultat d'exploitation ;

• En revanche, la présentation retenue par le Groupe pour son compte de résultat consolidé reste une présentation par nature et non par destination.

Par ailleurs, des escomptes de règlement obtenus par une filiale du Groupe comptabilisés jusqu'à présent en résultat financier ont été reclassés en moins du coût d'achat. En outre, des provisions pour retour clients précédemment dotées comme des provisions pour charges ont été reclassées en moins du chiffre d'affaires. L'impact de ces natures de retraitements est peu significatif puisque dans les deux cas inférieur à 1,0 M€.

Impact de la norme IFRS 5

Le projet de rapprochement industriel de Vivendi Universal, TF1 et M6 dans la télévision payante conduit le Groupe à présenter dans ces états financiers TPS en tant qu'activité en cours de cession.

Le compte de résultat 2004 et le tableau de financement 2004 ont donc été retraités de la contribution de TPS.

Changement dans les méthodes et principes du Groupe

Actifs incorporels

Droits audiovisuels inscrits en actifs incorporels – Amortissement à la recette

L'application de l'IAS 38, *Immobilisations incorporelles*, n'a pas conduit le Groupe à reconsidérer les modalités de comptabilisation des droits audiovisuels, seuls les droits achetés en vue de leur commercialisation (distribution, négoce), produits ou coproduits étant reconnus comme actifs incorporels.

En revanche, en application de l'IAS 38 qui précise que la

méthode d'amortissement d'un actif doit refléter le rythme selon lequel les avantages générés par cet actif sont consommés, les méthodes d'amortissements des catalogues de droits audiovisuels détenus par SND et TCM DA ont été revues.
Désormais, ces droits :

- sont amortis au rythme des recettes générées rapportées aux recettes totales estimées ;
- font l'objet d'un test de dépréciation, une perte de valeur étant comptabilisée le cas échéant lorsque la valeur comptable du droit est supérieure à sa valeur recouvrable.

Cette méthode était déjà appliquée pour les droits produits ou coproduits.

Impact sur les capitaux propres 2003 (avant IS)	+8,0 M€
Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	+4,9 M€
Impact sur le résultat 2004 (avant IS)	-3,0 M€

Actif Joueurs du FC Girondins de Bordeaux

En application d'IAS 38, les coûts d'acquisition des joueurs du FC Girondins de Bordeaux, initialement comptabilisés en charges à répartir sur la durée du contrat sont comptabilisés en immobilisations incorporelles.
Chaque joueur est amorti sur la durée du contrat.
Sa valeur nette est également appréciée à chaque clôture en conformité avec les règles de l'IAS 36, *dépréciation d'actifs*.
Ce changement est sans impact sur les capitaux propres et le résultat.
Reclassification de comptes de régularisation à actifs incorporels pour 10,0 M€ sur 2003 et pour 6,4 M€ sur 2004.

Part de Marché TPS

Selon le référentiel IFRS (IFRS 3), une entreprise n'exerce pas un contrôle suffisant sur les parts de marché pour pouvoir les reconnaître séparément à l'actif du bilan. Les parts de marché ne sont donc pas des actifs incorporels reconnus dans le cadre de la comptabilité d'acquisition consécutive à une acquisition. Le Groupe M6 a reclassé ces parts de marché TPS (91 M€) d'actifs incorporels à goodwill.

Goodwills

Le Groupe a pris l'option posée par l'IFRS 1 de ne pas retraiter les acquisitions réalisées antérieurement au 1er janvier 2004.

Goodwill Paris Première

Dans le référentiel comptable français, des passifs identifiés dans le cadre de l'acquisition de Paris Première ont été comptabilisés en contrepartie du goodwill.
Selon les dispositions de l'IFRS 3, *Regroupements d'Entreprises*, certains de ces passifs ne satisfont pas aux conditions requises pour être comptabilisés en contrepartie du goodwill dans le cadre de la comptabilité d'acquisition de Paris Première.
Ces passifs constituent ainsi des charges de l'exercice 2004.

Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	- 7,8 M€
Impact sur le résultat (avant IS)	- 7,8 M€

Amortissement des goodwills

Les goodwills ont été figés à leur valeur nette comptable établie au 1er janvier 2004 et ne sont plus amortis à compter de cette date.

Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	+ 2,8 M€
Impact sur le résultat (avant IS)	+ 2,8 M€

Dépréciation des goodwills

Bien que non amortis, les goodwills doivent faire l'objet de tests de dépréciation sur une base régulière tels que requis par l'IAS 36, *Dépréciation d'actifs*.
Le Groupe appliquait depuis 2003 des méthodes relatives aux tests de dépréciation conformes au Règlement 2002-10 du CRC relatif à l'amortissement et à la dépréciation des actifs.
En conséquence, il n'a pas été identifié de différence entre les principes appliqués par le Groupe et le référentiel IFRS pour ce qui concerne les tests de dépréciation des goodwills.

Stocks

La norme IAS 2 spécifie que l'entrée au bilan des stocks doit se faire à la date de transfert de la pleine propriété à savoir quand l'essentiel des risques et avantages liés à la possession de ces stocks est supporté par l'acquéreur.
Il en résulte pour le Groupe que l'entrée au bilan des droits de diffusion ne peut se constater qu'à l'ouverture de ces droits :

- Les droits non ouverts et non encore facturés sont donc reclassés en engagements hors-bilan ;
- La partie facturée des droits non ouverts est quant à elle constatée en avances et acomptes.

Ce changement est sans impact sur les capitaux propres et le résultat.
Diminution des stocks pour 121,5 M€ en 2003 et pour 149,4 M€ en 2004.
Cette diminution se fait en contrepartie d'une augmentation des avances et acomptes (74,6 M€), d'une baisse du compte fournisseurs (99,3 M€), d'une augmentation des provisions (20,3 M€), la différence impactant les comptes de dettes fiscales (TVA).
L'impact sur le montant total des engagements hors-bilan sur 2004 est de 84,6 M€.

Reconnaissance du Chiffre d'affaires

Les principes jusqu'à présent retenus par le Groupe pour la reconnaissance de son Chiffre d'Affaires ne divergent pas matériellement des dispositions de la norme IAS 18, *Produits Des Activités Ordinaires*.
Les seules différences identifiées se rapportent :

- à la date de reconnaissance du chiffre d'affaires réalisé par SND dans le cadre de la vente de « tous droits », celle-ci devenant dans le référentiel IFRS la date de livraison du matériel et non plus la date de signature du contrat ou de la lettre d'engagement ;
- à certaines natures de revenus du FC Girondins de Bordeaux, qui bien qu'acquis au commencement de la saison sportive, doivent être enregistrés à mesure de l'avancement de la saison.

Impact sur les capitaux propres 2003 (avant IS)	- 8,6 M€
Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	- 6,1 M€
Impact sur le résultat 2004 (avant IS)	+ 2,5 M€

Options d'achat et de souscription d'actions

La norme IFRS 2 impose la comptabilisation d'une charge (par contrepartie des capitaux-propres) au titre de la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés dans le cadre des programmes de « stock-options ».
Compte tenu des données de marché aux dates d'attribution, la charge totale de l'exercice 2004 s'élève à 2,4 M€, comptabilisée dans les charges de personnel.

Application des normes IAS 32 et IAS 39

Tous les instruments financiers dérivés portés par le Groupe entrent dans le bilan d'ouverture pour leur valeur de marché et les variations de valeur de ces instruments en 2004 :

- sont enregistrées dans un compte de réserve en cas de couvertures par cash-flow hedge pour la partie de la couverture efficace ;
- sont classés directement en résultat pour la partie inefficace de la couverture représentant les points de terme.

La méthode spot to spot a été retenue pour le calcul des tests d'efficacité.

Impact sur les capitaux propres 2003 (avant IS)	- 3,7 M€
Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	- 7,5 M€
Impact sur le résultat 2004 (avant IS)	- 3,5 M€

Actions propres

L'application de la norme IAS 32 implique le reclassement de la totalité des actions propres en déduction des capitaux propres.

Pour le Groupe, les actions propres détenues dans le cadre d'un plan d'attribution d'actions étaient jusqu'à présent comptabilisées à l'actif du bilan comme valeurs mobilières de placement et disponibilités.
Reclassification de valeurs mobilières de placement et disponibilités à capitaux propres pour 24,4 M€ en 2003 et pour 19,9 M€ en 2004.

Écarts de conversion

Conformément à la norme IAS 21, *Effets des variations des cours des monnaies étrangères* :

- les écarts de conversion passifs, qui auparavant avaient uniquement un impact bilantiel (compte de régularisation) sont désormais constatés en produits financiers ;
- les écarts de conversion actifs ne sont plus constatés en dotations aux provisions pour risques et charges mais en charges financières.

Impact sur les capitaux propres 2003 (avant IS)	+ 1,4 M€
Impact sur les capitaux propres 2004 (avant IS)	+ 1,5 M€
Impact sur le résultat 2004 (avant IS)	+ 0,0 M€

Autres retraitements

- En application de l'IAS 20, *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC ne sont plus comptabilisées en subventions d'investissement mais viennent en moins de la valeur d'actif des coproductions ;
- Le Groupe a retenu l'option laissée par l'IAS 19, *Avantages du personnel*, d'étaler les écarts actuariels. Dans les principes comptables appliqués jusqu'à présent, le Groupe comptabilisait en résultat les écarts actuariels dans l'exercice où ces écarts étaient constatés.

30.2. Normes ayant une incidence nulle ou non matérielle sur les comptes consolidés du Groupe

Périmètre de consolidation

La revue du périmètre de consolidation et des méthodes de consolidation retenues n'a pas conduit à identifier de divergences majeures entre les principes appliqués par le Groupe en 2004 et ceux devant être appliqués dans le référentiel IFRS.
Notamment, l'IAS 31, *Information financière relative aux participations dans les coentreprises*, maintient la possibilité de consolider par la méthode de l'intégration proportionnelle les sociétés contrôlées conjointement.

Immobilisations corporelles

L'application de l'IAS 16, *Immobilisations corporelles*, n'a pas d'impact sur les comptes du Groupe, le Groupe ayant adopté dans ses principes actuels un niveau de décomposition et de suivi de ses actifs corporels et des plans d'amortissement de ces mêmes actifs en conformité avec l'IAS 16.

Locations

L'application de l'IAS 17, *Contrats de location,* n'a pas d'incidence sur les comptes du Groupe.
La revue des contrats de location portés par le Groupe n'a pas révélé l'existence de contrats de location financière autre que les contrats de crédit-bail quit faisaient déjà l'objet d'un retraitement selon les principes suivis par le Groupe dans l'ancien référentiel comptable.

Provisions pour risques et charges

Le Groupe appliquait jusqu'en 2004 le Règlement 00-06 du CRC sur les passifs, l'application de l'IAS 37, Provisions, Passifs éventuels et actifs éventuels, n'a pas d'impact sur les comptes du Groupe.
Une distinction est en revanche réalisée entre provisions pour risques et charges constitutives de passifs courants de celles traitées comme passifs non-courants.

30.3. Retraitements du tableau de flux de trésorerie

En application de l'IAS 7, *Tableau des flux de trésorerie*, les retraitements suivants ont été appliqués au tableau de flux de trésorerie existant.
Afin de mettre en évidence l'effet de l'impôt sur la variation de trésorerie, la charge d'impôt (impôt société et impôt différé) a été retraitée de la capacité d'autofinancement (CAF) et la variation de la dette d'IS a été retraitée de la variation du besoin en fonds de roulement (BFR). Le décaissement effectif d'IS sur l'exercice est ainsi isolé sur une ligne spécifique « Impôt sur les sociétés décaissé ».
Pour 2004, le décaissement net d'IS s'élève à 107,5 M€. La mise en évidence de ce montant conduit à un ajustement de la CAF de 73,8 M€ et de la variation de BFR pour 33,7 M€.

Les principaux impacts des retraitements IFRS sur le tableau de financement sont les suivants :

- La reclassification des joueurs du FC des Girondins de Bordeaux en actifs incorporels a un impact sur la CAF de −1,6 M€, sur le BFR de −1,8 M€ et sur les flux d'investissement de +3,4 M€ ;
- Les levées d'actions propres ont un impact positif de + 4,7 M€ sur les opérations de financement.

31. Événements post clôture

Vivendi Universal, TF1 et M6 ont signé le 6 janvier 2006 un accord industriel visant à rapprocher les activités de télévision payante en France du groupe Canal+ et de TPS dans un ensemble contrôlé par Vivendi Universal.
À l'issue de ce rapprochement, M6 et TF1 détiendront respectivement 5,1 % et 9,9 % de ce nouvel ensemble contrôlé de manière exclusive par Vivendi Universal.

Cet accord est soumis à l'approbation des autorités françaises de la concurrence. M6 et TF1 détiendraient alors un « put » sur leur participation dans le nouvel ensemble dans les 36 mois qui suivent la réalisation des apports en vue du regroupement, au plus haut des deux valeurs suivantes :

- 1 130 M€ (dont 384,2 M€ pour M6) ;
- La valeur à dire d'experts à la date de la levée de l'option.

Par ailleurs, le 1er mars 2006, le Groupe, à travers sa filiale M6 Editions, a pris une participation de 50 % dans le capital des mensuels gratuits « Femme en Ville » et « Homme en Ville ».

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Immeuble KPMG – 1, cours Valmy
92923 Paris la Défense Cedex

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young
41, rue Ybry
92000 Neuilly-sur-Seine

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle – 92 200 Neuilly-sur-Seine
Capital social : € 52 755 476

Rapport général des commissaires aux comptes

Exercice clos le 31 décembre 2005

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos assemblées générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Métropole Télévision S.A. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes. Ces comptes ont été préparés pour la première fois conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne. Ils comprennent à titre comparatif les données relatives à l'exercice 2004 retraitées selon les mêmes règles.

I – Opinion sur les comptes consolidés

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II – Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- La note 2.3. de l'annexe décrit les situations dans lesquelles la direction de la société a recours à des estimations et formule des hypothèses dans le cadre de l'arrêté des comptes. Ces estimations et hypothèses concernent notamment l'évaluation et la valeur recouvrable de certains actifs incorporels et droits de diffusion, l'évaluation des engagements de retraite et l'évaluation des remises commerciales. Nos travaux ont consisté à apprécier les données et les hypothèses sur lesquelles se fondent ces estimations, à revoir les calculs effectués par la société, à comparer les estimations comptables des périodes précédentes avec les réalisations correspondantes et à examiner les procédures d'approbation de ces estimations par la direction.

- Les notes 3.5. et 3.10. de l'annexe exposent les règles et méthodes comptables relatives aux droits audiovisuels et aux droits de diffusion. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées ci-dessus et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.
Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III – Vérification spécifique

Par ailleurs, en application des normes professionnelles, nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris la Défense, Neuilly-sur-Seine, le 4 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Frédéric Quélin
Associé

Grégoire Menou
Associé

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young

Bruno Bizet
Associé

C. Comptes sociaux

I. Bilan (En millions d'euros)

Actif

RUBRIQUES	Note N°	31/12/05 Brut	Am.et Prov.	Net	31/12/04	31/12/03
Concessions, brevets, droits similaires		-	-	-	-	-
Fonds commercial		-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	3.1/3.2/3.3	107,1	100,5	6,6	3,8	15,1
Avances, acomptes/immobilisations incorporelles	3.1	0,2	-	0,2	1,2	1,5
Installations techniques, matériel et outillage	3.1/3.2	18,5	14,8	3,7	1,3	1,4
Autres immobilisations corporelles	3.1/3.2	15,6	11,5	4,1	4,7	4,0
Immobilisations en cours	3.1	0,3	-	0,3	-	0,2
Participations	3.1/3.3	138,8	20,7	118,0	105,1	124,0
Créances rattachées à des participations		-	-	-	-	-
Autres titres immobilisés		-	-	-	-	-
Prêts	3.1/3.5	19,1	-	19,1	21,2	26,0
Autres immobilisations financières	3.1/3.5	1,6	-	1,6	1,6	1,3
ACTIF IMMOBILISÉ		**301,2**	**147,5**	**153,7**	**138,9**	**173,5**
Stocks de droits de diffusion	3.3/3.4	151,3	44,5	106,8	217,7	182,8
Avances, acomptes versés sur commandes		92,1	-	92,1	5,7	0,1
Créances clients et comptes rattachés	3.3/3.5	230,3	1,4	228,9	204,4	199,2
Autres créances	3.5	319,0	-	319,0	279,6	306,7
Valeurs mobilières de placement	3.3/3.7	218,5	7,3	211,2	249,3	270,5
Disponibilités	3.7	22,8	-	22,8	27,1	56,5
Charges constatées d'avance		8,1	-	8,1	2,4	3,5
ACTIF CIRCULANT		**1 042,1**	**53,2**	**988,8**	**986,2**	**1 019,3**
Charges à répartir		-	-	-	-	-
Prime de remboursement des obligations		-	-	-	-	-
Écarts de conversion actif		-	-	-	0,4	-
TOTAL ACTIF		**1 343,3**	**200,7**	**1 142,5**	**1 125,6**	**1 192,8**

Passif

RUBRIQUES	Note N°	31/12/05	31/12/04	31/12/03
Capital social	3.8	52,8	52,8	52,8
Primes d'émission	3.8	24,2	24,2	24,2
Réserve légale	3.8	5,3	5,3	5,3
Réserves réglementées	3.8	13,1	13,4	13,1
Report à nouveau	3.8	429,0	416,4	399,0
Résultat de l'exercice	**3.8**	**166,2**	**122,4**	**105,5**
Acompte sur dividendes		-	-	-
Provisions réglementées	3.3	4,5	2,0	1,2
CAPITAUX PROPRES		**695,1**	**636,4**	**601,1**
Provisions pour risques		25,7	46,4	70,7
Provisions pour charges		26,2	6,8	18,1
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	**3.3**	**51,9**	**53,2**	**88,8**
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	3.6	31,5	29,9	66,2
Emprunts et dettes financières divers	3.6	-	-	-
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	3.6	-	-	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	3.6	183,0	233,3	222,6
Dettes fiscales et sociales	3.6	59,2	52,3	76,0
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3.6	10,5	14,1	16,4
Autres dettes	3.6	111,1	105,4	120,2
Produits constatés d'avance		0,2	0,5	-
DETTES D'EXPLOITATION ET AUTRES DETTES		**395,5**	**435,5**	**501,4**
Écart de conversion - passif		-	0,5	1,5
TOTAL PASSIF		**1 142,5**	**1 125,6**	**1 192,8**
Résultat de l'exercice en euros		166 217 030	122 396 381	105 525 515
Total du bilan en euros		1 142 524 949	1 125 563 138	1 192 826 381

III. Compte de résultat (En millions d'euros)

	Note N°	31/12/05	31/12/04	31/12/03
Chiffre d'affaires net	4.1	640,7	612,1	589,9
Production stockée / immobilisée		-	-	-
Reprises sur amortissements, provisions, transferts de charges		44,4	40,0	43,9
Autres produits		27,4	20,9	25,6
PRODUITS D'EXPLOITATION		**712,5**	**673,0**	**659,4**
Achats de marchandises (et droits de douane)		86,2	244,2	204,8
Variation de stock de marchandises		130,7	(33,2)	(18,6)
Autres achats et charges externes		141,5	132,7	132,6
Impôts, taxes et versements assimilés		44,9	42,6	42,1
Salaires et traitements		35,7	33,6	30,9
Charges sociales		16,3	14,0	15,6
Dotations aux amortissements sur immobilisations		9,2	12,6	16,3
Dotations aux provisions sur immobilisations		2,1	6,2	13,2
Dotations aux provisions sur actif circulant		15,9	18,5	24,5
Dotations aux provisions pour risques et charges		27,7	4,7	3,6
Autres charges		37,1	32,9	33,0
CHARGES D'EXPLOITATION		**547,3**	**508,8**	**498,0**
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		**165,2**	**164,2**	**161,4**
Produits financiers de participations		54,7	33,6	31,6
Autres intérêts et produits assimilés		5,0	5,0	4,9
Reprises sur provisions, transferts de charges		1,1	19,5	7,6
Différences positives de change		0,6	1,1	0,5
Produits nets cessions valeurs mob. placement		0,2	-	-
PRODUITS FINANCIERS		**61,6**	**59,2**	**44,6**
Dotations financières amortissements, provisions		-	22,4	28,5
Intérêts et charges assimilés		1,1	0,9	0,6
Différences négatives de change		0,6	1,3	-
Charges nettes cessions valeurs mob. placement		-	-	-
CHARGES FINANCIÈRES		**1,7**	**24,6**	**29,1**
RÉSULTAT FINANCIER	**4.2**	**59,9**	**34,6**	**15,5**
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPOTS		**225,1**	**198,8**	**176,9**
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		-	-	0,1
Produits exceptionnels sur opérations en capital		0,2	4,9	0,1
Reprises sur provisions et transferts de charges		27,0	4,8	2,4
PRODUITS EXCEPTIONNELS		**27,2**	**9,7**	**2,6**
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		-	-	0,3
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		26,5	24,5	1,4
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		3,5	1,3	6,5
CHARGES EXCEPTIONNELLES		**30,0**	**25,8**	**8,2**
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	**4.3**	**(2,8)**	**(16,1)**	**(5,6)**
Participation des salariés		2,8	2,7	2,9
Impôts sur les bénéfices	4.4	53,3	57,7	62,9
RÉSULTAT NET		**166,2**	**122,4**	**105,5**
TOTAL DES PRODUITS		**801,3**	**741,9**	**706,6**
TOTAL DES CHARGES		**635,1**	**619,5**	**601,0**

IV. Tableau de financement (En millions d'euros)

	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2003
Résultat net de l'exercice	166,2	122,4	105,5
Amortissements et provisions	(11,8)	1,4	34,9
Plus values et moins values de cession	-	17,9	-
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	-	-	-
TOTAL CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	**154,5**	**141,7**	**140,4**
Variations d'exploitation			
Stocks	128,9	(32,2)	(10,9)
Créances d'exploitation	(154,8)	17,5	(49,0)
Dettes d'exploitation	(42,2)	(30,5)	48,9
Transferts de charges au compte de charges à repartir	-	-	-
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION	**(68,0)**	**(45,2)**	**(11,0)**
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION	**86,4**	**96,4**	**129,4**
OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(5,0)	(5,1)	(5,8)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(4,7)	(3,8)	(2,5)
Acquisitions d'immobilisations financiéres	(13,0)	(23,5)	(34,0)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions et cessions de filiales	-	-	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	0,1	0,8	-
Cessions ou réductions d'immobilisations financières	2,1	8,9	0,7
FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX INVESTISSEMENTS	**(20,5)**	**(22,7)**	**(41,6)**
OPÉRATIONS DE FINANCEMENT			
Sommes reçues des actionnaires suite à une augmentation de capital	-	-	-
Diminutions des autres capitaux propres	-	(0,3)	-
Augmentations des dettes financières	-	-	-
Remboursement des dettes financières	-	-	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(110,0)	(87,6)	(74,2)
FLUX DE TRÉSORERIE RÉSULTANT DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	**(110,0)**	**(87,9)**	**(74,2)**
Variation globale de trésorerie	**(44,1)**	**(14,2)**	**13,6**
Trésorerie à l'ouverture	246,6	260,8	247,2
TRÉSORERIE A LA CLOTURE	**202,5**	**246,6**	**260,8**

D. Annexes aux comptes sociaux

L'exercice de Métropole Télévision, clos au 31 décembre 2005, d'une durée de 12 mois, fait ressortir un résultat net comptable de 166,2 M€ et un total bilan de 1 142,5 M€.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 7 mars 2006 par le Directoire.

Sauf indication contraire, les montants indiqués dans l'annexe sont exprimés en millions d'euros.

1. Faits marquants de l'exercice

En 2005, Métropole Télévision a acquis les titres de la Société Nouvelle de Cinématographie pour un montant de 13 M€.

2. Règles et méthodes comptables

Les dispositions législatives et réglementaires actuellement en vigueur en France ont été appliquées dans le respect des principes de prudence, d'image fidèle, de régularité et de sincérité, conformément aux hypothèses de base :

- de continuité de l'exploitation,
- de permanence des méthodes comptables,
- d'indépendance des exercices ;

et selon les règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

L'application, depuis le 1er janvier 2005, des règlements 2002-10 et 2004-06 du Comité de Réglementation Comptable, relatifs respectivement à l'amortissement et à la dépréciation des actifs, et à la définition, la comptabilisation et l'évaluation des actifs, n'a pas eu d'incidence sur les comptes.

2.1. Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles comprennent principalement des logiciels informatiques et des coproductions.

2.1.1. Logiciels informatiques

Ils sont amortis linéairement sur une durée de 1 à 5 ans, complétés par un amortissement dérogatoire.

2.1.2. Coproductions de fictions, de documentaires, concerts, émissions et vidéomusiques

À la signature des contrats, les coproductions sont portées en engagements hors bilan jusqu'à la réception des factures comptabilisées en avances et acomptes.
Les coproductions sont comptabilisées en autres immobilisations incorporelles à leur acceptation technique.
Elles sont amorties linéairement sur 3 ans et éventuellement dépréciées en fonction des perspectives de recettes futures.

2.2. Immobilisations corporelles et financières

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition. Elles sont amorties selon le mode linéaire ou dégressif. Les principales durées d'amortissement sont les suivantes :

Matériel roulant technique	3 ans
Matériel roulant autre	4 ans
Matériel technique	3 ou 4 ans
Matériel informatique - micro-ordinateurs	3 ou 4 ans
Matériel de bureau	5 ans
Matériel vidéo	6 ans
Installations générales	10 ans
Mobilier de bureau	10 ans

Les immobilisations financières sont évaluées à leur coût d'acquisition et éventuellement provisionnées si leur valeur d'inventaire le justifie.

2.3. Stocks de droits de diffusion

Les droits de diffusion assimilés à des biens incorporels consommables sont comptabilisés en stocks à la date de leur ouverture, à savoir au moment où Métropole Télévision a le droit de diffuser les programmes correspondants.
Les entrées sont comptabilisées au coût d'achat déduction faite des rabais, remises et ristournes obtenus mais hors escomptes de règlement.

La consommation des droits est calculée sur le nombre de diffusions de la manière suivante :

Droits acquis pour une seule diffusion :
- 100 % de la valeur contractuelle.

Droits acquis pour plusieurs diffusions :
- La première diffusion est valorisée à 67 % de la valeur contractuelle ;
- La deuxième diffusion est valorisée à 33 % de la valeur contractuelle.

Les droits dont la diffusion est improbable font l'objet d'une provision pour dépréciation.
Une provision pour dépréciation est constituée lorsque leur valeur d'utilité est inférieure à leur coût de revient.

Par ailleurs, les contrats de préachat de vidéomusiques sont inscrits au bilan en charges constatées d'avance, et pris en charge au fur et à mesure de leurs diffusions.

2.4. Créances et dettes

Les créances et dettes sont inscrites pour leur valeur nominale.
Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque leur valeur d'inventaire est inférieure à leur valeur comptable.
Les créances et dettes libellées en devises, et ne faisant pas l'objet d'une couverture financière, sont converties au bilan sur la base des cours de change en vigueur à la date de clôture.
Seules les pertes de change latentes sont enregistrées au compte de résultat.

2.5. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées pour leur valeur brute, une provision est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à leur coût d'acquisition.

2.6. Actions propres

Métropole Télévision détient des actions propres, destinées à couvrir l'exercice des options d'achat accordées aux salariés bénéficiaires. La société possède également des actions propres dans le cadre d'un contrat de liquidité .
Ces actions propres sont comptabilisées pour leur valeur brute et inscrites en valeurs mobilières de placement. Une provision est constituée :
- au passif du bilan lorsque le prix du marché ou le prix d'exercice est inférieur à leur coût d'acquisition ;
- à l'actif du bilan pour les actions auto-détenues suite au départ des bénéficiaires des plans, lorsque le prix du marché est inférieur à leur coût d'acquisition.

2.7. Provisions pour risques et charges

Les risques et charges, clairement individualisées, que des événements survenus ou en cours rendent probables, entraînent la constitution d'une provision.

Chaque provision est valorisée à hauteur des incidences financières futures, estimées selon les informations disponibles à la date de clôture.
Ainsi, les filiales, ayant un actif réel négatif, font l'objet d'une provision pour risques à hauteur de leur situation nette.

2.8. Provision pour indemnités de fin de carrière

La provision pour retraite est calculée conformément à la norme IAS 19, selon une méthode actuarielle tenant compte des droits acquis par les salariés et de leur dernier salaire connu.

2.9. Recettes publicitaires

Les recettes publicitaires sont comptabilisées pour leurs montants nets de remises commerciales.

2.10. Engagement Hors Bilan

Les engagements Hors Bilan sont essentiellement constitués par :

- les droits ayant fait l'objet d'un engagement d'achat ferme avant le 31 décembre 2005, et non encore ouverts ;
- les coproductions pour lesquelles l'acceptation technique n'a pas été réalisée ;
- les redevances de transport d'images à venir sur les contrats existants.

2.11. Instruments financiers

Afin de se protéger contre des fluctuations aléatoires des cours de change, M6 couvre les principales opérations effectuées en devises en utilisant des instruments financiers simples (couverture à terme). Les opérations couvertes sont comptabilisées au taux de couverture.

3. Notes sur le bilan

3.1. État de l'actif immobilisé

L'évolution de l'actif immobilisé s'analyse de la manière suivante :

	31/12/04	Augmentations	Diminutions	31/12/05
Droits incorporels	-	-	-	-
Fonds commercial	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	102,1	5,0	-	107,1
Avances et Acomptes versés	1,2	0,5	1,4	0,3
Immobilisations incorporelles	**103,3**	**5,5**	**1,4**	**107,4**
Installations techniques et matériel	15,4	3,3	0,2	18,5
Autres immobilisations corporelles	14,3	1,4	0,1	15,6
Immobilisations en cours	-	0,8	0,5	0,3
Immobilisations corporelles	**29,7**	**5,5**	**0,8**	**34,4**
Titres de participations	125,8	13,0	-	138,8
Créances sur participations	-	-	-	-
Prêts	21,2	-	2,1	19,1
Autres immobilisations financières	1,5	0,1	-	1,6
Immobilisations financières	**148,5**	**13,1**	**2,1**	**159,5**
Total de l'actif immobilisé	**281,6**	**24,1**	**4,3**	**301,3**

Les immobilisations incorporelles comprennent essentiellement des parts de coproduction de programmes.
Les mouvements réalisés, en 2005, sur les titres de participations concernent la société Société Nouvelle de Cinématographie
Les 19,1 M€ figurant en prêts correspondent au prêt consenti par M6 à sa filiale Immobilière M6 pour l'acquisition du siège social.

3.2. État des amortissements

	Montant des amortissements à l'ouverture de l'exercice	Dotations de l'exercice	Diminutions éléments sortis de l'actif et reprises	Montant des amortissements à la fin de l'exercice
Droits incorporels	-	-	-	-
Immobilisations incorporelles	92,1	6,3	-	98,4
Immobilisations incorporelles	**92,1**	**6,3**	**-**	**98,4**
Installations techniques et matériel	14,1	0,9	0,2	14,8
Autres immobilisations corporelles	9,6	2,0	0,1	11,5
Immobilisations corporelles	**23,7**	**2,9**	**0,3**	**26,3**
Total des amortissements	**115,8**	**9,2**	**0,3**	**124,7**

3.3. État des provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante en 2005 :

	Montant au début de l'exercice	Dotations	Reprises (prov. utilisées)	Reprises (prov. non utilisées)	Montant en fin d'exercice
Amortissements dérogatoires sur licences	2,0	2,9	0,4	-	4,5
Provisions réglementées	**2,0**	**2,9**	**0,4**	**-**	**4,5**
Provisions pour litiges (1)	9,0	4,2	1,0	2,0	10,2
Provision pour achats d'actions (2)	34,5	-	26,3	-	8,2
Provision risque Filiales	2,5	-		-	2,5
Provision pour perte de change	0,4	-	0,4	-	-
Provisions sociales	6,5	0,9	-	-	7,4
Autres provisions pour charges (3)	0,4	23,3	-	-	23,7
Provisions pour risques et charges	**53,2**	**28,4**	**27,7**	**2,0**	**52,0**
Sur immobilisation incorporelles	6,2	2,1	6,2	-	2,1
Sur titres de participations (4)	20,7	-	-	-	20,7
Sur stocks	62,5	15,7	33,7	-	44,5
Sur créances d'exploitation	1,5	0,2	0,3	-	1,4
Sur valeurs mobilières de placement	8,0	-	0,7	-	7,3
Provisions pour dépréciation	**98,9**	**18,0**	**40,9**	**-**	**76,0**
Total	**154,2**	**49,3**	**69,0**	**2,0**	**132,5**
Dont dotations et reprises :					
D'exploitation		45,7	42,7		
Financières		0,0	27,3		
Exceptionnelles		3,5	0,8		

(1) Les provisions pour litiges sont destinées à couvrir les litiges ou contentieux existants au 31 décembre 2005
(2) La provision sur achats d'actions est destinée à couvrir le différentiel de cours entre le prix d'acquisition et le prix de réalisation des actions allouées aux salariés.
(3) Les autres provisions pour charges concernent principalement des dépréciations de droits
(4) La provision sur titres de participations concerne principalement la dépréciation des titres de la société M6 Foot.

3.4. Stocks et en-cours

	Montant au début de l'exercice	Acquisitions	Consommations / Transfert en stock	Droits invalides	Montant en fin d'exercice
Stocks	271,8	13,1	132,7	11,1	141,1
En-cours de stocks	8,4	52,3	50,5		10,2
Total	280,2	65,4	183,2	11,1	151,3

Les droits sur lesquels un risque de non diffusion existe ont fait l'objet d'une provision pour un montant de 44,5 M€ au 31 décembre 2005 (cf note 3.3)

3.5. Créances

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Actif immobilisé			
Créances rattachées à des participations	-	-	-
Prêts	19,1	-	19,1
Autres immobilisations financières	1,6	-	1,6
Total	**20,7**	**-**	**20,7**
Actif circulant			
Créances clients et comptes rattachés (1)	230,3	228,6	1,7
Autres créances (2)	319,0	39,4	279,6
Total	**549,3**	**268,0**	**281,3**
Total créances	**570,0**	**268,0**	**302,0**

(1) Les créances clients sont composées principalement de créances envers les annonceurs publicitaires.

(2) Dans les autres créances à moins d'un an figurent 28,6 M€ de créances de TVA

Les autres créances à plus d'un an sont constituées exclusivement de créances sur les filiales du groupe

3.6. Dettes

Les dettes se décomposent selon l'échéancier suivant

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an et 5 ans au plus	Dont à plus de 5 ans
Concours bancaires	31,5	31,5		
Dépôts et cautionnements reçus	-	-		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	183,0	181,5	1,5	
Dettes fiscales et sociales	59,2	59,2		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	10,5	10,5		
Autres dettes	111,1	111,1		
Total	**395,3**	**393,8**	**1,5**	**-**
Charges à payer incluses dans les chiffres ci-dessus :				
- sur fournisseurs d'exploitation	113,5			
- sur dettes fiscales et sociales	14,4			
- sur fournisseurs d'immobilisations	-			

3.7. Valeurs mobilières de placement et disponibilités

Elles se décomposent comme suit :

	31/12/05	31/12/04
Actions propres	25,4	60,9
Contrats de liquidité (actions auto-détenues et autres VMP)	3,1	2,9
Fonds commun de placements, SICAV	190,0	193,5
Disponibilités	22,8	27,1
Valeurs mobilières de placement et disponibilités	**241,3**	**284,4**
Dépréciation des actions propres	(7,3)	(8)
Total des VMP et disponibilités nettes	**234,0**	**276,4**

Au 31/12/2005, Métropole Télévision détient 492 002 actions propres.
611 530 actions auto-détenues ont été cédées en 2005 dans le cadre de l'exercice d'options d'achat d'actions.

Les valeurs mobilières de placement ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 31 décembre 2005.

3.8. Capitaux propres

L'évolution des capitaux propres au cours de l'exercice est la suivante :

				Autres variations	
	1/01/05	Affectation du résultat	Augmentations	Diminutions	31/12/05
Capital	52,8	-	-	-	52,8
Prime d'émission	24,2	-	-	-	24,2
Réserve légale	5,3	-	-	-	5,3
Plus-value nette à long terme	13,4	-	-	13,4	-
Autres réserves	-	-	13,4	0,3	13,1
Report à nouveau	416,3	12,4	0,3	-	429,0
Résultat de l'exercice	122,4	(122,4)	166,2	-	166,2
Capitaux propres hors provisions règlementées	**634,4**	**-110,0**	**179,9**	**13,7**	**690,6**
Provisions réglementées	2,0	-	2,9	0,4	4,5
Total capitaux propres	**636,4**	**-110,0 (1)**	**182,8**	**14,1**	**695,1**

(1) Dividendes versés le 3 mai 2005

4. Notes sur le compte de résultat

4.1. Répartition du chiffre d'affaires

	2005	2004	%
Recettes publicitaires écrans	606,4	577,1	5,07
Recettes publicitaires parrainage	31,3	34,8	(10,06)
Recettes diverses	3,0	0,2	
Total chiffre d'affaires	640,7	612,1	4,67

Répartition géographique	
France	95,80%
Europe	3,80%
Autres pays	0,40%

Les recettes publicitaires sont comptabilisées nettes de remises commerciales.

4.2. Résultat financier

	2005	2004
Le résultat financier se décompose en :		
Dividendes sur titres de participations	48,5	27,5
Intérêts comptes courants	6,1	6,2
Produits liés aux VMP	5,2	5,0
Dotation nette aux provisions pour perte de change	0,4	(0,4)
Dotation nette aux provisions liées aux participations financières	-	(0,7)
Dotation nette sur les actions propres	0,7	(1,9)
Différences de change	0,1	(0,2)
Autres	(1,1)	(0,9)
Total résultat financier	**59,9**	**34,6**

4.3. Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel s'explique de la manière suivante:

	2005	2004
Dotations nettes de provisions (amortissement dérogatoire compris)	23,6	3,5
Moins-value réalisée sur la cession de M6 DA	-	(17,9)
Autres	(26,4)	(1,7)
Total résultat exceptionnel	**(2,8)**	**(16,1)**

4.4. Impôt sur les bénéfices

La société s'est déclarée mère d'un groupe au sens des dispositions des articles 223A et suivants du CGI.
La convention d'intégration fiscale retenue au sein du groupe est celle de la neutralité. Chaque filiale est donc imposée comme si elle était fiscalement indépendante.
Au titre de l'exercice 2005, une charge d'impôt a été constatée à hauteur de 53,3 M€.

4.5. Ventilation de l'impôt sur les bénéfices

La ventilation de l'impôt est la suivante :

	Résultat avant impôts	Impôts
Résultat courant	225,1	54,3
Résultat exceptionnel	(2,8)	(1,0)
Résultat avant impôt et participation des salariés	222,3	
Impôt de la société		53,3

4.6. Achats et autres charges externes

Ce poste comprend principalement les prestations TDF et la rémunération de la régie publicitaire

5. Notes sur les autres éléments

5.1. Éléments relatifs aux entreprises liées ou associées et relevant de plusieurs postes de bilan

	Entreprises liées (a)	Entreprises apparentées (b)
Participations	115,5	0,8
Créances rattachées à des participations	-	-
Prêts	19,1	-
Créances clients et comptes rattachés	6,8	0,1
Autres créances (1)	157,6	0,1
Emprunts et dettes financières diverses	-	-
Dettes rattachées à des participations	-	-
Dettes fournisseurs d'exploitation	25,7	2,2
Dettes fournisseurs d'immobilisations	-	-
Autres dettes	-	-
Charges financières	0,5	-
Produits financiers	3,4	-
(1) dont comptes courants des filiales	156,6	0,1

(a) entreprises avec lesquelles la société a un lien de participation supérieur à 50 %
(b) entreprises avec lesquelles la société a un lien de participation compris entre 10 et 50 %

5.2. Composition du capital social

	Nombre d'actions	Nominal
1. Actions sociales composant le capital social au début de l'exercice	131 888 690	0,4
2. Actions sociales émises pendant l'exercice	-	-
3. Réduction du nominal des actions	-	-
4. Actions sociales composant le capital social en fin d'exercice	131 888 690	0,4

5.3. Engagements financiers

Au 31 décembre 2005, les engagements Hors-bilan se ventilent par nature et selon les échéances suivantes :

	Engagements aux 31/12/2005	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an	Engagements aux 31/12/2004	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés	**749,8**	**231,7**	**518,2**	**288,3**	
Achats de droits	607,4	128,5	478,9	107,7	Contrats signés
Engagements de coproductions	60,2	60,2	-	57,3	Contrats signés
Contrats de location satellite (1)	5,8	2,9	2,9	8,7	Contrats signés
Contrats de télédiffusion (1)	59,2	29,6	29,6	88,7	Contrats signés
Contrats liés à la TNT (1)	4,4	1,1	3,3	6,0	Contrats signés
Engagements financiers	-	-	-	1,8	Contrats signés
Engagements financiers des sociétés en nom collectif	-	-	-	0,9	Liquidation SNC
Responsabilité passif des sociétés en nom collectif	6,3	6,3	-	11,5	Liquidation SNC
Engagements commerciaux	6,6	3,1	3,5	4,5	Contrats signés
Autres	-	-	-	1,1	
Engagements reçus	**8,2**	**8,2**	**-**	**17,0**	
Responsabilité passif des sociétés en nom collectif	6,3	6,3	-	11,5	Liquidation SNC
Engagements de ventes	2,0	2,0	-	4,7	Echéances annuelles
Autres	-	-	-	0,8	

(1) Ces contrats correspondent à des prestations de services. Les engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restants dus jusqu'à leur échéance.
(2) Les engagements commerciaux correspondent principalement à des contrats de location de locaux.
La présentation faite n'omet pas l'existence d'un engagement hors-bilan significatif selon les normes comptables en vigueur.

5.4. Évaluation de la créance future d'impôt à la fin de l'exercice

	Situation Active (+) au 31/12/2005	ou Passive (-)	d'impôt différé au 31/12/2005
Nature des différences temporaires			
Provisions réglementées	-	-	-
Impôt sur provisions non déductibles	20,9	(1,7)	19,2
Impôt sur moins-value à long terme	-	-	-

La créance future d'impôt a été valorisée en appliquant un taux d'impôt société de 34,43 %.

5.5. Rémunération allouée aux dirigeants

	Montant
Rémunérations allouées aux organes de direction	2,7

Ces rémunérations, incluant les avantages en nature et les parts variables, correspondent aux montants versés par Métropole Télévision SA aux membres du Directoire.

5.6. Effectif moyen

L'effectif moyen de Métropole Télévision se répartit de la façon suivante :

	Personnel salarié en 2005	Personnel salarié en 2004
Effectif permanent	**522**	**453**
Employés	71	66
Agents de maîtrise	127	110
Cadres	230	196
Journalistes	94	81
Effectif intermittent (équivalent temps plein)	**80**	**96**
Total	**602**	**549**

Dans le cadre de l'accord de branche signé le 28 avril 2005 et relatif à l'application du DIF (Droit Individuel formation), le cumul des heures relatives au Droit Individuel formation acquis au titre de l'année 2005 s'élève à 19 380 heures.

5.7. Jetons de présence

Le montant des jetons de présence versés au cours de l'exercice s'élève à 120 000 euros.

6. Note sur la consolidation des comptes

La société Métropole Télévision est mère d'un sous groupe consolidé. Ses comptes sont en outre consolidés par intégration globale dans les comptes de RTL Group.

7. Événements importants post-clôture

Aucun événement significatif n'est intervenu depuis la clôture de l'exercice.

8. Résultat des cinq derniers exercices

Date d'arrêté	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002	31/12/2001
Durée de l'exercice	12 mois	12 mois	12 mois	12 mois	12 mois
Capital en fin d'exercice (en euros)					
Capital social	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476
Nombre d'actions ordinaires existantes	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Opérations et résultats (en millions d'euros)					
Chiffre d'affaires hors taxes	640,7	612,1	589,9	580,7	569,0
Résultat avant impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	236,2	205,6	213,9	208,4	239,8
Impôts sur les bénéfices	53,3	57,7	62,9	34,9	53,7
Participation des salariés due au titre de l'exercice	2,8	2,7	2,9	2,4	2,4
Résultat après impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	166,2	122,4	105,5	155,8	141,6
Résultat distribué	124,8	109,7	87,5	74,2	74,2
Résultat par action (en euros)					
Résultat après impôts, participation des salariés, avant dotation aux amortissements et provisions	1,37	1,10	1,12	1,30	1,39
Résultat après impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	1,26	0,93	0,80	1,18	1,07
Dividende attribué à chaque action	0,95	0,84	0,67	0,57	0,57
Personnel					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	602	549	549	534	518
Montant de la masse salariale de l'exercice*	31,5	30,0	29,2	26,6	25,8
Montant des sommes versées au titre avantages sociaux de l'exercice (Sécurité Sociale, oeuvres sociales...)*	16,3	14,0	15,6	11,3	10,9

Nota : La valeur nominale de l'action est passée de 4 € à 0,4 € lors de l'AGM du 26 mai 2000.
** (en millions d'euros).*

9. Tableau des filiales et participations

En milliers d'euros	Adresse	N° Siren	Capital	réserves report à nouveau	Quote-part de capital détenue %
Filiales					
M6 PUBLICITÉ sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	34094903100025	50	17	99,99
M6 FILMS sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	38072740400028	60	(335)	99,98
MÉTROPOLE PRODUCTION sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	38247713100025	50	(349)	99,98
C. PRODUCTIONS sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	40790865600025	50	(158)	99,97
M6 INTERACTIONS sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	38890945900041	34 050	14 496	100,00
M6 THÉMATIQUE sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	40310510900025	41	9 984	99,99
IMMOBILIÈRE M6 sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	39947635700021	9 600	2 590	99,99
M6 FOOT sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42313378400011	18 360	(18 322)	100,00
SCI 107 sci	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42169913300011	2	(88)	99,90
M6 DÉVELOPPEMENT sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42811522400019	40	(48)	99,99
M6 STUDIO sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42811529900011	45	(19)	99,99
M6 CRÉATION sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42881567400018	40	(8)	99,99
W9 PRODUCTIONS sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42881563300014	50	5	99,99
M6 AFFAIRES sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42881585600011	40	(25)	99,99
M6 BORDEAUX sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	43350336400013	40	(112)	99,99
M6 TOULOUSE sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	43350341400016	40	(84)	99,99
MANDARIN sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	40536317700024	114	(1 282)	100,00
M6 OPÉRATIONS sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	45140640900016	40	(7)	99,99
SOCIÉTÉ NOUVELLE DE CINÉMATOGRAPHIE	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	775670623000	882	1 723	100,00
Participations					
LABO PRODUCTIONS sarl	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	42369616000013	10	7	25,50
SOCIÉTÉ NOUVELLE DE DISTRIBUTION sa	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	41485722700030	14 692	5 599	7,12
M6 WEB sas	– 89, Avenue Charles de Gaulle – 92200 NEUILLY	41454946900016	740	76	6,75
MÉTROPOLEST sa	– Rue Théophraste Renaudot – 54180 HOUDEMONT	39473579900014	40	0	49,88
EUROPEAN NEWS EXCHANGE sa	– 45 bld Pierre Frieden – 1543 LUXEMBOURG-KIRCHBERG		496	(108)	20,00
TCM DROITS AUDIOVISUELS snc	– 3, rue du commandant Rivière – 75008 PARIS	40952892400031	240	-	50,00
TCM GESTION sa	– 145 Quai de Stalingrad – 92130 ISSY-LES-MOULINEAUX	40952934400031	40	(3)	49,88
Athlételine sas	– 2, rue du chemin Vert – 92110 CLICHY	42490517200039	91	37	3,64
MULTIPLEX R4 (MULTI 4)		44975397900011	60	2	16,67

Ventilation comptable brute des titres détenus	Ventilation comptable nette des titres détenus	Prêts et avances consentis	Chiffre d'affaires de l'avant dernier exercice écoulé	Chiffre d'affaires du dernier exercice écoulé	Résultats de l'avant dernier exercice écoulé	Résultats du dernier exercice écoulé	Dividendes encaissés par la société au cours du dernier exercice
38	38	-	68 048	69 630	26 630	26 730	26 784
166	-	8 110	1 508	1 860	(799)	(1 693)	
1 150	-	8 798	23 310	22 513	46	(1 632)	
38	38	2 750	13 921	15 544	409	31	
34 007	34 007	-	108 709	103 020	24 982	17 217	19 986
56 450	56 450	94 531	1 616	3 330	(3 292)	1 813	
9 147	9 147	19 105	6 317	6 669	894	1 139	
19 128	42	8 634	-	-	(18 324)	35	
2	2	7 303	1 221	1 311	147	208	
40	40	132	498	861	(23)	2	
45	45	-	3	-	(238)	(143)	
40	40	-	-	-	(2)	(2)	
50	50	6 028	20 216	11 480	644	(966)	691
40	40	-	80	84	(4)	(2)	
40	40	733	951	839	(47)	(69)	
40	40	914	915	880	(37)	(54)	
2 500	2 500	2 576	489	564	(938)	(1 449)	
40	40	-	-	-	(3)	(4)	
13 000	13 000		3 013	2 283	1 634	1 088	
2	2	111	262	117	(2)	(64)	-
1 650	1 650	26 957	41 600	48 005	(2 358)	(8 544)	-
50	50	-	31 360	49 765	8 037	10 589	543
19	19	11	852	NC	24	NC	
100	100	-	4 604	NC	32	NC	
655	655	9 385	14 571	19 009	1 053	7 674	
20	20	-	3	1	-	-	
305	-	-	-				
10	10	-	58	55	2	1	

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Immeuble KPMG - 1, cours Valmy
92923 Paris la Défense Cedex

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young
41, rue Ybry
92000 Neuilly-sur-Seine

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle – 92 200 Neuilly-sur-Seine
Capital social : € 52 755 476

Exercice clos le 31 décembre 2005

Rapport général des commissaires aux comptes

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2005, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Métropole Télévision S.A., tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le changement de méthode comptable, exposé dans la note 2 de l'annexe, résultant de l'application, au 1er janvier 2005, des réglements 2002-10 et 2004-06 du Comité de la Réglementation Comptable.

2. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La note 2 de l'annexe expose le changement de méthode comptable résultant de l'application au 1er janvier 2005, des réglements 2002-10 et 2004-06 du Comité de la Réglementation Comptable. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié notamment que le changement de méthode comptable mentionné ci-dessus est justifié et que son effet est correctement calculé et présenté.

Les notes 2.1.2 et 2.3. de l'annexe exposent les règles et méthodes comptables relatives aux coproductions et aux droits de diffusion. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables, suivis par notre société, nous avons vérifié le caractère approprié de ces méthodes comptables et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

3. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du directoire, et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.
En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 4 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Frédéric Quélin
Associé

Grégoire Menou
Associé

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young

Bruno Bizet
Associé

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Immeuble KPMG - 1, cours Valmy
92923 Paris la Défense Cedex

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young
41, rue Ybry
92000 Neuilly-sur-Seine

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle – 92 200 Neuilly-sur-Seine
Capital social : € 52 755 476

Exercice clos le 31 décembre 2005

Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous devons vous présenter un rapport sur les conventions réglementées.

Conventions autorisées au cours de l'exercice

En application de l'article L. 225-88 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil de surveillance.
Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 117 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.
Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Acquisition de la Société Nouvelle de Cinématographie

Personnes concernées : Métropole Télévision S.A et la société immobilière Bayard d'Antin S.A, Monsieur Gerhard Zeiler, Monsieur Thomas Rabe, Monsieur Vincent de Dorlodot, Monsieur Albert Frère, Monsieur Jean-Charles de Keyser et Monsieur Rémy Sautter.

Nature et objet : acquisition le 29 avril 2005 par Métropole Télévision S.A auprès de la société immobilière Bayard d'Antin S.A de 100 % du capital de la société SNC (Société Nouvelle de Cinématographie SAS)
Modalités : prix de 13 millions d'euros, incluant une trésorerie de 2,6 milllions d'euros, soit une valeur d'entreprise de 10,4 millions d'euros.

Convention de placement de Trésorerie

Personnes concernées : Métropole Télévision S.A et la société immobilière Bayard d'Antin S.A, Monsieur Gerhard Zeiler, Monsieur Thomas Rabe, Monsieur Vincent de Dorlodot, Monsieur Albert Frère, et Monsieur Rémy Sautter.
Nature et objet : Convention de placement de trésorerie entre Métropole Télévision S.A. et Immobilière Bayard d'Antin S.A.
Modalités : Métropole Télévision S.A. déposera un montant proportionnel à sa capacité financière tout en respectant ses procédures internes de gestion de trésorerie. Le montant global qui pourra être placé par Métropole Télévision S.A. ne devra jamais dépasser plus de 20% de ses liquidités financières.
Les intérêts seront calculés sur le montant des placements à savoir :
- pour des périodes de placement directement fixées à 1, 2 ou 3 mois, la rémunération sera l'EURIBOR 1 mois, 2 mois ou 3 mois + 5 points de base.
- les placements au jour le jour, effectués par Métropole Télévision S.A. à la société immobilière Bayard d'Antin S.A. seront rémunérés à hauteur de EONIA + 5 points de base.

Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005, les produits financiers engendrés par cette convention se sont élevés à 17 831,94 euros.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 4 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Frédéric Quélin - Associé

Grégoire Menou - Associé

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young

Bruno Bizet - Associé

Informations juridiques

1. Gouvernement d'entreprise 204
1.1 Composition et fonctionnement du Directoire
1.2 Composition et fonctionnement du Conseil de Surveillance
1.3 Compléments d'information relatifs aux membres du Directoire et du Conseil de Surveillance
1.4 Commissaires aux Comptes
1.5 Rapport du Président du Conseil de Surveillance
1.6 Rapport des Commissaires aux Comptes

2. Renseignements concernant la société et le capital 224
2.1 Renseignements concernant la société
2.2 Renseignements concernant le capital
2.3 Renseignements concernant les filiales et participations
2.4 Autres informations relatives aux comptes sociaux

3 . Assemblée Générale 236
3.1 Déroulement et ordre du Jour de l'Assemblée Générale Mixte du 24 avril 2006
3.2 Rapport du directoire à l'Assemblée Générale Mixte
3.3 Observations du Conseil de Surveillance sur le rapport du Directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice 2005
3.4 Rapport des Commissaires aux Comptes
3.5 Texte des résolutions soumises au vote de l'AGO et l'AGE
3.6 Responsable du document de référence
3.7 Responsables de l'information financière

4. Table de concordance AMF 244

1. Gouvernement d'entreprise

Les règles de gouvernement d'entreprise du Groupe M6 respectent les normes et recommandations en vigueur en France.

Les modalités en sont explicitées dans le Rapport du Président du Conseil de Surveillance (1.5).

Règles applicables aux opérations sur instruments financiers des mandataires sociaux

Les règles applicables aux opérations sur instruments financiers des mandataires sociaux sont détaillées dans le Code de Déontologie de la société.

Ces règles précisent qu'en raison de la nature de leurs fonctions ou de leurs tâches, les mandataires sociaux de M6, à savoir les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance peuvent avoir connaissance d'informations privilégiées. Le terme "information privilégiée" signifie une information non publique précise (chiffre d'affaires, performances, projet de toute nature, etc) qui, si elle était rendue publique, pourrait avoir une incidence sur le cours de l'action M6, et, d'une façon générale, sur son activité.

Les règles disposent que les mandataires sociaux ne doivent pas exploiter, pour leur compte propre ou pour le compte d'autrui, une telle information sur le marché financier, soit directement, soit par personne interposée, en achetant ou en vendant des actions ou des produits financiers liés à ces actions. Ils doivent donc s'abstenir de communiquer l'information privilégiée à des fins autres ou pour une activité autre que celles à raison desquelles elle est détenue. Ceci s'applique aussi bien aux informations privilégiées concernant l'activité courante de la société, qu'à celles concernant la préparation ou l'exécution d'une opération financière.
Conformément à la réglementation en vigueur, les mandataires sociaux sont soumis aux obligations déclaratives concernant les opérations sur titres effectuées et aux restrictions relatives aux périodes d'intervention.

1.1. Composition et fonctionnement du Directoire

La société Métropole Télévision est de forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance.

1.1.1. Composition du Directoire

Le Directoire est nommé pour une durée de cinq ans, il est composé de cinq membres, personnes physiques, désignés par le Conseil de Surveillance, salariés du Groupe Métropole Télévision et d'âge inférieur à 65 ans.

1.1.2. Fonctionnement du Directoire

Le Directoire est investi des pouvoirs les plus étendus à l'égard des tiers pour agir en toutes circonstances au nom de la société, conformément aux dispositions de l'article 18 des statuts. Les opérations d'investissement ou de désinvestissement dont le montant unitaire dépasse 20 M€ restent cependant soumises à l'autorisation préalable du Conseil de Surveillance. Le Directoire se réunit aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige.

Membres du Directoire	Fonction Principale exercée dans la société	Date de 1re nomination	Date de dernière nomination	Date d'échéance du mandat
Nicolas de Tavernost (55 ans)	Président du Directoire	26/05/2000	2005	2010
Thomas Valentin (51 ans)	Vice-Président du Directoire, en charge des Programmes	26/05/2000	2005	2010
Éric d'Hotelans (55 ans)	Vice-Président du Directoire, en charge de la gestion	14/11/2003	2005	2010
Catherine Lenoble (56 ans)	Membre du Directoire en charge de la publicité	28/01/2001	2005	2010
Jean d'Arthuys (39 ans)	Membre du Directoire en charge des activités numériques et du développement	26/05/2000	2005	2010

AUTRES MANDATS ET FONCTIONS[1] DES MEMBRES DU DIRECTOIRE

Nicolas de Tavernost

Mandats et fonctions exercés

Hors Groupe M6
- Membre du Conseil de Surveillance de Ediradio SA
- Administrateur de Antena 3 (Espagne)

Au sein du Groupe M6
- Administrateur de Extension TV SA ; de TF6 Gestion SA et de Société Nouvelle de Distribution SA
- Représentant permanent de
  - M6 Publicité en sa qualité d'administrateur de Home Shopping Service S.A et de Mister Gooddeal SA
  - Home Shopping Services en sa qualité d'administrateur de Télévente Promotion SA
  - M6 Numérique en sa qualité d'administrateur de TPS Gestion SA
  - Métropole Télévision en sa qualité d'administrateur de la SASP Football Club des Girondins de Bordeaux et de Paris Première SA
  - Métropole Télévision en sa qualité de Président de : M6 Publicité SAS ; M6 Toulouse SAS ; M6 Bordeaux SAS et de M6 Foot SAS
  - M6 Thématique en sa qualité de Président de M6 Affaires SAS
  - M6 Interactions en sa qualité de Président de M6 Développement SAS et de M6 Création SAS
  - M6 Thématique en sa qualité de Gérant associé de Sedi TV SNC et de M6 Numérique SNC
  - Métropole Télévision en sa qualité de Gérant associé de la SCI du 107 av. Charles de Gaulle

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6
- Administrateur de Ediradio SA, Business Interactif et de Hotel Saint Dominique (à titre personnel)

Thomas Valentin

Mandats et fonctions exercés

Hors Groupe M6
- Administrateur de Five SA

Au sein du Groupe M6
- Président du Conseil d'Administration de M6 Films SA ; Métropole Production SA et C. Productions SA
- Président de Mandarin SAS ; M6 Studio SAS et W9 Productions SAS
- Administrateur de Société Nouvelle de Distribution SA ; Extension TV SA et TF6 Gestion SA
- Représentant permanent de :
  - Métropole Production en sa qualité d'Administrateur de M6 Diffusion SA
  - M6 Thématique en sa qualité d'Administrateur de TPS Gestion SA
  - M6 Films en sa qualité d'administrateur de Paris Première SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6

Néant

Éric d'Hotelans

Mandats et fonctions exercés

Au sein du Groupe M6
- Administrateur de SASP Football Club des Girondins de Bordeaux
- Président du Conseil d'administration de Home Shopping Service S.A et de Mister Gooddeal SA
- Représentant permanent de :
  - Unité 15 Fulfilment en sa qualité d'administrateur de Télévente Promotion S.A
  - M6 Thématique en sa qualité d'administrateur de Paris Première SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6

Néant

Catherine Lenoble

Mandats et fonctions exercés

Au sein du Groupe M6
- Représentant permanent de :
  - M6 Publicité en sa qualité d'administrateur de M6 Diffusion ; M6 Éditions SA ; M6 Événements SA ; Paris Première SA et de Mister Gooddeal SA
  - M6 Publicité en sa qualité de Gérant non associé de Sedi TV SNC

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6
- Administrateur de Novacor SA (à titre personnel)

Jean d'Arthuys

Mandats et fonctions exercés

Hors Groupe M6
- Représentant de Métropole Télévision, membre du conseil de surveillance de Newsports SA

Au sein du Groupe M6
- Président de M6 Thématique SAS
- Président Directeur Général de Paris Première SA
- Président du Conseil d'Administration de TF6 Gestion et de Extension TV
- Représentant permanent de :
  - Métropole Télévision en sa qualité d'administrateur de TPS Gestion ; C. Productions SA ; M6 Films SA et de Métropole Production SA
  - M6 Foot en sa qualité d'administrateur de SASP Football Club des Girondins de Bordeaux
  - Métropole Télévision en sa qualité de Gérant non associé de Sedi TV SNC
  - M6 Thématique en sa qualité de Gérant associé de Fun TV SNC et de Edi TV SNC,
  - M6 Thématique en sa qualité de Président de M6 Opérations SAS et de M6 Communication SAS

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6
- Représentant permanent de M6 Interactions en sa qualité d'administrateur de Ticketnet SA et de Shapt SA
- Gérant de la SCI des Mousquetaires (à titre personnel)

1- dans le respect des articles L. 225-77 et L. 225-94 du Code de commerce sur les cumuls de mandats

1.2. Composition et fonctionnement du Conseil de Surveillance

Membres du Conseil Fonction principale exercée dans la société	Date de première nomination	Date de dernière nomination	Année d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité séances 2005	Adresse professionnelle
Albert Frère (80 ans) Président	26 mai 2000	2004	2008		43 %	Cours Bruxelles Lambert Avenue Marnix 24 B-1000 Bruxelles - Belgique
Gérard Worms* (69 ans) Vice-Président	26 mai 2000	2004	2008		100 %	ROTHSCHILD et Cie 17, avenue de Matignon - 75008 Paris
Guy de Panafieu* (63 ans) Membre	18 février 2004	2004	2008		100 %	CALYON 9, quai du Président Paul doumer 92920 Paris La Défense Cedex
Gerhard Zeiler (50 ans) Membre	8 mars 2002	2004	2008		71 %	RTL Group 45 bd Pierre Frieden - L- 1543 Luxembourg
Remy Sautter (61 ans) Membre	26 mai 2000	2004	2008		100 %	RTL 22, rue Bayard - 75008 Paris
Bernard Arnault* (57 ans) Membre	18 février 2004	2004	2008		29 %	DIOR 22, avenue Montaigne - 75008 Paris
Vincent de Dorlodot (41 ans) Membre	18 mars 2004	2004	2008		100 %	RTL Group 45 bd Pierre Frieden - L- 1543 Luxembourg
Axel Ganz (68 ans) Membre	7 mars 2003	2004	2008		43 %	AG + J 42, avenue Montaigne - 75008 Paris
Jean Laurent* (61 ans) Membre	18 février 2004	2004	2008		100 %	CALYON 9, quai du Président Paul doumer 92920 Paris La Défense Cedex
Yves-Thibault de Silguy* (57 ans) Membre	7 mars 2003	2004	2008		71 %	SUEZ 16, rue de la Ville l'Évêque - 75008 Paris
Ignace Van Meenen (37 ans) Membre	31 janvier 2006	2006	2008		Non applicable	RTL Group 45 bd Pierre Frieden - L- 1543 Luxembourg
Constantin Lange (38 ans) Membre	7 mars 2006	2006	2008		Non applicable	RTL Group 45 bd Pierre Frieden - L- 1543 Luxembourg
Jean-Charles de Keyser (57 ans) Membre	26 janvier 2001	2004	-	31 août 2005	60 %	RTL Group 45 bd Pierre Frieden - L- 1543 Luxembourg
Thomas Rabe (40 ans) Membre	18 mars 2004	2004	-	7 mars 2006	86 %	BERTELSMANN AG Carl – Bertelsmann- St. 270 D-333 11 Gütersloh - Allemagne

** Membre indépendant*
"Un membre du Conseil de Surveillance est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation avec la société, son groupe ou sa direction, de nature à compromettre l'exercice de sa liberté de jugement." (source rapport Bouton)

1.2.1. Composition du Conseil de Surveillance

Jusqu'à la date d'établissement du présent document, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision était composé de douze membres, personnes physiques, nommés pour une durée de quatre années.

Il n'y a pas de membre du Conseil de Surveillance élu par les salariés.

Après examen de la situation de chacun de ses membres au regard des critères d'indépendance fixés par le « rapport Bouton », le Conseil de surveillance a constaté qu'au moins un tiers de ces membres est indépendant, à savoir Messieurs Gérard Worms, Bernard Arnault, Jean Laurent, Yves-Thibault de Silguy et Guy de Panafieu, car n'entretenant aucune relation avec la société, son groupe ou sa direction, de nature à compromettre l'exercice de sa liberté de jugement.
Les membres du Conseil disposent d'une très grande expérience qu'ils mettent au service du Conseil de surveillance de Métropole Télévision.

Par ailleurs, il est établi que tout membre du Conseil de surveillance qui serait intéressé directement ou indirectement par une décision soumise au Conseil ne prend pas part au vote.

AUTRES MANDATS ET FONCTIONS[2] DES MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Membres du Conseil de surveillance en exercice

Albert Frère

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société
Très jeune, Albert Frère s'intéresse au commerce de sa famille avant de se lancer résolument dans l'aventure industrielle. Avec ses associés, il acquiert la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi et en diversifie la production tout en modernisant leurs installations.
En 1981, en association avec d'autres hommes d'affaires, il fonde Pargesa Holding, à Genève.
L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert SA, à Bruxelles.
La mise en place du bloc Pargesa-GBL s'accompagne d'une internationalisation de ses activités et d'une diversification dans trois secteurs-clés : finance, énergie/services et communication (audiovisuel).
Il est notamment Grand Officier de l'Ordre de Léopold (Belgique) et Grand Officier de la Légion d'Honneur (France).

Mandats et fonctions exercés
- Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué du Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique)
- Président du Conseil d'Administration Frère-Bourgeois SA, ERBE SA, Financière de la Sambre ; Stichting AdministratieKantoor Frère-Bourgeois
- Vice-Président, Administrateur Délégué et membre du Comité de Direction de Pargesa Holding SA
- Vice-Président du Conseil d'Administration de Suez
- Administrateur de LVMH SA, Château Cheval Blanc SA ; Fondation "FRESERTH" (Belgique), Centre T.S.I.R.A. Asbl
- Membre du Conseil d'Administration de l'Université du Travail Paul Pastur
- Membre du Comité International de Assicurazioni Generali S.p.A. (Italie)
- Membre du Conseil Stratégique de l'Université Libre de Bruxelles (U.L.B.)
- Régent Honoraire de Banque Nationale de Belgique
- Président honoraire de la Chambre du Commerce et d'Industrie de Charleroi
- Conseiller Honoraire du Commerce Extérieur

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices
- CLT/UFA Luxembourg
- Président du Conseil d'administration de Electrafina et de Petrofina
- Vice-Président et administrateur de TotalFinaElf
- Administrateur de COPAREX International S.A
- Commissaris Parjointco N.V., Agesca Nederland N.V. et de Frère-Bourgeois Holding B.V.
- Membre du Conseil Consultatif International de Power Corporation du Canada (Canada)

Gérard Worms

Nombre d'actions de la société détenues : 300

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société
Diplômé de l'École Polytechnique en 1957, puis de l'École Nationale Supérieure des Mines en 1960, Ingénieur en Chef des Mines, Gérard Worms a rejoint le Groupe Rothschild en octobre 1995.

2 - dans le respect des articles L. 225-77 et L. 225-94 du Code de commerce sur les cumuls de mandats

Après un début de carrière en tant que Conseiller du Ministre de l'Industrie, Olivier Guichard, puis du Premier Ministre, Jacques Chaban-Delmas, il a été Directeur général du Groupe Hachette, puis Directeur général de Rhône-Poulenc, en charge notamment de la fonction financière et des activités pharmaceutiques.
Il a ensuite été Directeur général puis Président de la Compagnie de Suez, Président de la Banque Indosuez et du Groupe d'assurances Victoire. Président d'honneur de l'Association Nationale de la Recherche Technique et de la Société d'Économie Politique, il est, outre ses fonctions de Vice Chairman chez Rothschild Europe, Président en exercice de Rexecode, l'un des principaux instituts français de prévision économique.
Décoration : Officier de la Légion d'Honneur – Publications : « Les Méthodes Modernes de l'Économie Appliquée » (Dunod).

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'Administration de la S.G.I.M SA
- Vice-Président de Rothschild Europe
- Administrateur de Éditions Atlas SA et de Cofide SA
- Membre du Conseil de Surveillance de Publicis SA ; Médias et de Régies Europe SAD
- Censeur de ONDEO Degrémont SA ; Paris-Orléans SA et de SIACI SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Associé Gérant de Rothschild & Cie Banque et de Rothschild & Cie S.C.S.
- Président de la chaîne thématique Histoire SA
- Administrateur de Mercapital S.A ; ONDEO Degrémont SA ; Paris-Orléans SA et de SIACI SA
- Censeur et membre du Conseil de Surveillance de Francarep SA

Guy de Panafieu

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Guy de Panafieu est Senior Advisor de Calyon Corporate and Investment Bank, Président du Comité Inde de Medef international et Vice-Président du BIAC (Comité Consultatif de l'OCDE pour l'industrie). Il a été Président du groupe BULL de 1997 à 2001. Il a travaillé dans le groupe Lyonnaise des Eaux, de 1983 à 1997, dans différents postes de direction et en dernier lieu comme Vice-Président Directeur Général.
De 1968 à 1982, il a travaillé au Ministère de l'Économie et des Finances, avec diverses responsabilités dans le secteur du commerce extérieur et des relations économiques internationales.
Il a été Conseiller technique à la Présidence de la République, de 1978 à 1981, pour les questions économiques internationales. Il est diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris, licencié es Lettres et Sciences Économiques, ancien Inspecteur des Finances.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil de Surveillance de Gras Savoye SCA
- Membre du Conseil de Surveillance de l'IDI SCA,
- Membre du Conseil d'Administration de SANEF SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Néant

Gerhard Zeiler

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Gerhard Zeiler a été nommé par Bertelsmann en qualité de CEO de RTL Télévision en novembre 1998, fonction qu'il a continué d'occuper lorsqu'en mars 2003, il a été appelé au poste de CEO de RTL Group. En novembre 2004, il a décidé de se concentrer exclusivement sur ses activités au sein de RTL Group, mais a repris son poste de CEO de RTL Télévision en février 2005. Dans le cadre de son mandat de CEO de RTL Group, Gerhard Zeiler est également membre du Conseil de surveillance de M6 en France, de FremantleMedia et de Five au Royaume-Uni.
Gerhard Zeiler a démarré sa carrière comme journaliste avant de devenir porte-parole du Ministre autrichien de l'Éducation et des Arts, un poste qu'il a conservé quand celui-ci a été nommé Chancelier fédéral autrichien en 1983. Ensuite, il est devenu Secrétaire général du radiodiffuseur public autrichien « ORF » de 1986 à 1990. Après une période de deux ans en qualité de CEO de Tele 5 et une autre période de deux ans en qualité de CEO de RTL II, il a été nommé CEO de ORF en 1994, fonction qu'il a occupée jusqu'en novembre 1998.

Mandats et fonctions exercés

- Administrateur et Administrateur délégué de RTL Group SA et de CLT-UFA SA (Luxembourg)
- Président du Conseil d'administration de Magyar RTL Televisio Zartköruen Muködo Részvénytarsasag (M-RTL ZRT) (Hongrie), FremantleMedia SA , Broadcasting Center Europe SA (Luxembourg), Channel 5 Television Ltd (Royaume-Uni)
- Gérant de UFA Film-Und Fernseh Gmbh (Allemagne)

• Membre du Conseil de surveillance de RTL Television GmbH, Nachrichtenfernsehen Beteiligungs- GmbH (N-TV) (Allemagne), RTL Hrvatska d.o.o. za uslugue (Croatie), Ediradio SA (France)
• Membre du Directoire de Bertelsmann AG (Allemagne)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

• Administrateur de RTL Nederland SA (Luxembourg)
• Gérant de RTL Television GmbH (Allemagne), RTL Plus SA (Luxembourg)
• Mitglied des Beirats de IP Deutschland GmbH, RTL Enterprises GmbH, RTL Shop GmbH (Allemagne)
• Vorsitzender des Aufsichtsrats de RTL Interactive GmbH, VOX Film-und Fernseh GmbH(Allemagne)

Rémy Sautter

Nombre d'actions de la société détenues : 690

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Rémy Sautter est Licencié en droit et diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris et de l'École Nationale d'Administration. Il a débuté sa carrière au sein de la Caisse des Dépôts et Consignations (1971-1981) avant d'être nommé Conseiller technique au cabinet du Ministre de la Défense pour les Affaires Financières et Budgétaires (1981-1983).
Il a ensuite été Directeur Financier de l'Agence Havas de 1983 à 1985 et Vice-Président Directeur Général de RTL Radio jusqu'en 1996. Rémy Sautter a occupé les fonctions de Directeur Général de la CLT-UFA jusqu'en 2000 avant d'occuper les fonctions de Président Directeur Général de RTL Radio jusqu'en 2002.
Il est, depuis décembre 2002, Président du Conseil de Surveillance de RTL Radio.

Mandats et fonctions exercés

• Président-directeur général de Immobilière Bayard d'Antin SA
• Président du conseil de surveillance de Ediradio SA
• Président de Five/Channel 5 Television Group Ltd
• Administrateur de SERC / RTL 2, de SODERA / FUN Radio, d' I.P. (régie publicitaire), de I.P. Régions.
• Administrateur de SASP Football Club des Girondins de Bordeaux.
• Administrateur de Pages Jaunes SA
• Membre du conseil de surveillance d'INSERT et de NAVIMO
• Président de la SICAV Multimédia et Technologies
• Administrateur de Taylor Nelson Sofrès Ltd
• Administrateur de Partner Reinsurance Ltd
• Censeur de Thomson et de H.G.L. Gestion

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

• Président-directeur général de Ediradio SA
• Administrateur de Wanadoo SA et de M6 Publicité SA
• Président du Conseil d'administration de Société Nouvelle de Distribution SA

Bernard Arnault

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinel. En 1974, il en devient Directeur de la Construction, puis Directeur Général en 1977 et enfin Président en 1978.
Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président Directeur Général de Financière Agache SA et de Christian Dior SA. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.
En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence et l'exerce depuis cette date.

Mandats et fonctions exercés

• Président Directeur Général de LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, SA (France)
• Président du Conseil d'Administration de Christian Dior SA (France)
• Président de Groupe Arnault SAS (France)
• Président du Conseil d'Administration de la Société Civile du Cheval Blanc (France)
• Administrateur de :
  – Christian Dior Couture, SA (France)
  – LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton (Japon) KK Japon
• Membre du Conseil de Surveillance de Lagardère SCA (France)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président et Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion (France)
- Administrateur de :
  - Financière Jean Goujon, SA (France)
  - Vivendi Universal, SA (France)
  - Moët Hennessy Inc. (États-Unis)
- Directeur Général de Christian Dior, SA (France)
- Représentant légal de Christian Dior, Président de Montaigne Développement, SAS (France)
- Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion, Président de Gasa Développement (France) et de Société Financière Saint Nivard (France)
- Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion, Administrateur de Financière Agache (France)

Vincent de Dorlodot

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Vincent de Dorlodot a été nommé en qualité de General Counsel de RTL Group en avril 2000.
Diplômé en droit, Vincent de Dorlodot est titulaire d'un Master en droit de la Duke Université (USA). Il a débuté sa carrière en 1990 comme avocat au sein du cabinet Brandt, Van Hecke et Lagae (maintenant Linklaters De Brandt).
Il a ensuite intégré le Groupe Bruxelles Lambert en qualité de conseiller juridique en 1995, avant de rejoindre RTL Group en 2000.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'Administration de B & CE SA (Luxembourg)
- Administrateur de Audiomedia Investments SA ; CLT UFA SA et de RTL Group Germany SA (Luxembourg)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président du Conseil d'administration de FremantleMedia SA
- Administrateur de CLT-UFA Holding SA ; LUXAIR SA ; RTL 4 Radio SA (Luxembourg); Sportfive SA (France) ; IP Polska SP ZOO (Pologne) et de Suprafin SA (Belgique)

Axel Ganz

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Journaliste de formation, Axel Ganz a exercé successivement comme Rédacteur en Chef et comme Journaliste-Manager dans la presse quotidienne, la presse magazine généraliste, de télévision ou féminine.
En 1979, il a créé en France le groupe Prisma Presse, aujourd'hui second éditeur de presse magazine de l'hexagone avec une vingtaine de titres bien connus : Géo, Capital, Télé Loisirs, Femme Actuelle, Voici, Gala, pour n'en citer que certains.
Pendant 15 ans, il a siégé au Directoire du groupe Gruner+Jahr (la Division presse de Bertelsmann), en charge de l'international et Responsable des filiales aux États-Unis, en France, en Espagne, en Italie, en Pologne, en Russie et en Chine. Au cours de sa carrière, il a lancé pas moins de 60 titres dans l'ensemble de ces pays. Fin 2005, atteint par la limite d'âge statutaire, il a quitté son poste au sein du Directoire de Gruner+Jahr ainsi que son fauteuil de Président de Prisma Presse à Paris pour siéger au Conseil de surveillance du Groupe Gruner+Jahr à Hambourg. À cette même date, il a créé la Société AG+J, une « joint venture » entre le groupe Gruner+Jahr et lui-même, société qu'il dirige pour développer un nouveau magazine féminin en France.

Mandats et fonctions exercés

- Membre du Conseil de surveillance de Gruner & Jahr
- Gérant de AG+J et de Axel Ganz Communication

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Gérant de Prisma Presse, PP1 et de Femme
- Administrateur de MEDIA Communication et de Guide TV

Jean Laurent

Nombre d'actions de la société détenues : 110

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Ingénieur civil de l'aéronautique (École nationale supérieure de l'aéronautique) et titulaire d'un master of science de la Wichita State University (États-Unis), Jean Laurent est depuis mai 2000, Président du Conseil d'Administration de Calyon; il était administrateur de Crédit Agricole Indosuez (devenu Calyon en mai 2004) depuis 1997.
Jean Laurent a effectué toute sa carrière au sein du Groupe Crédit Agricole. Il a été successivement sous-directeur de la Caisse régionale de Toulouse puis du Loiret, avant d'être nommé directeur général adjoint de la Caisse régionale de Paris et d'Ile-de-France. Il a rejoint la CNCA en qualité de directeur central en 1993, puis de directeur général adjoint de 1994 à 1999.
Jean Laurent a été Président du conseil d'administration du Crédit Lyonnais de 2003 à la fin 2005. Il est par ailleurs membre du comité exécutif de la Fédération bancaire fran-

çaise (FBF), dont il a été le premier président, de janvier 2001 à juin 2002.

Mandats et fonctions exercés

- Administrateur et Vice-Président de Banco Espirito Santo SGPS (Portugal)
- Président du Conseil Administration de CALYON SA
- Membre du conseil de surveillance et du comité financier de Eurazeo SAD
- Administrateur et membre du Comité de Nomination et de Rémunération de Groupe Danone SA
- Président du Conseil d'administration de l'Institut Europlace de Finance (Association Loi 1901)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Administrateur de Banca Intesa SPA (Italie), Sofinco, Banque de Gestion Privée Indosuez, Crédit Agricole Asset Management, Amacam et de la SA Rue Impériale
- Directeur général et Président du Comité Exécutif Crédit Agricole S.A. et Directeur Général Adjoint de la Caisse Nationale de Crédit Agricole
- Président du Conseil Administration du Crédit Lyonnais SA
- Membre (Associations Loi 1901) du : Comité Exécutif de la Fédération Bancaire Française, du Conseil de l'Association Française des Banques et de Paris-Europlace, du bureau de l'Association Française des Ets de crédits et des entreprises d'investissements
- Vice-Président de Pacifica, de Prédica et de Banca Intesa
- Président et Administrateur du Comité de direction du CEDICAM
- Administrateur et Président d'Union d'Études et d'Investissement, de Segespar
- Membre du Conseil national du Crédit et du titre

Yves-Thibault de Silguy

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Titulaire d'un DESS en Droit et diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris et de l'École Nationale d'Administration, Yves-Thibault de SILGUY a rejoint le groupe SUEZ en janvier 2000 en qualité de membre du Directoire. Il a été nommé Directeur général, en charge des affaires internationales, des relations institutionnelles et des affaires européennes en 2001, délégué général, membre du Comité exécutif et Président de Aguas Argentinas à partir de 2003 et Vice-président, Développement international de Suez Environnement à compter de 2004.

Après un début de carrière au sein du Ministère des Affaires Étrangères, de la Commission des Communautés Européennes et de l'Ambassade de France à Washington, il a été Conseiller technique, chargé des affaires européennes et des affaires économiques et financières internationales au Cabinet du Premier Ministre, de 1986 à 1988. Il a ensuite intégré le groupe Usinor Sacilor où il a été successivement Directeur à la Direction des affaires internationales puis Directeur des affaires internationales.

Membre de la Commission européenne, chargé des affaires économiques, monétaires et financières, de 1995 à 1999, Ministre plénipotentiaire, il est en outre Président du Comité France Algérie du Medef et Président du Conseil d'administration de l'Institut Nationel d'Agronomie (INAPG).

Décoration : Officier de la Légion d'Honneur, de l'Ordre National du Mérite, des Arts et des Lettres ainsi que du Mérite agricole

Mandats et fonctions exercés

- Président de Société Polynésienne d'Eau et d'Assainissement – SPEA
- Administrateur de Électricité de Tahiti – EDT, Marama Nui, Ondeo, Ondeo Degrémont, Suez Environnement, Elyo et de Suez Energie Services
- Membre du Conseil de Surveillance de Sofisport.
- Président de la Calédonienne des Eaux – CDE, Société des Eaux de Tontouta – SADET, (Nouvelle-Caledonie)
- Administrateur de Électricité et Eau de Calédonie – EEC, (Nouvelle-Caledonie)
- Administrateur de Vinci
- Président du Conseil d'Administration de Sino French Holdings (République Populaire de Chine)
- Administrateur de Suez-Tractebel (Belgique), Unelco Vanuatu (Vanuatu), Swire Sita Waste Services Ltd (Hong Kong), Fabricom (Belgique)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Membre du Conseil de Surveillance de Elyo
- Administrateur de Ondéo Services ; Sita ; Socif 4 (Nouvelle-Caledonie) et de Société Générale de Belgique (Belgique)
- Président de Aguas Argentinas (Argentine)

Membres du Conseil de surveillance dont la cooptation est soumise à la ratification de l'assemblée

Ignace Van Meenen

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Ignace Van Meenen est Docteur en droit, diplômé de l'Université de Osnabrück en Allemagne. Il a débuté sa carrière professionnelle en 1994, au sein de la Deutsche Bank à Düsseldorf (Allemagne) où il a occupé plusieurs postes de senior management avant d'être finalement nommé Vice-Président Corporate Finance International de la Deutsche Bank Securities à New-York en 1997.
En 1999, il a rejoint RAG AG, un groupe international centré sur l'énergie et la chimie, en qualité de Vice-Président senior et Directeur financier groupe.
En 2001, il a été nommé par ailleurs, Président de RAG Beteiligungs-GmbH, la holding d'investissement de RAG AG. Il a rejoint RTL Group à partir de janvier 2006 en qualité de CFO et Head of Corporate Center.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'Administration de Media-Assurances SA (Luxembourg)
- Vice-Président du Conseil de Surveillance de Ediradio SA (France)
- Membre du Conseil de Surveillance de RTL Télévision GmbH (Allemagne)
- Gérant de RTL Group Deutschland Gmbh (Allemagne)
- Administrateur de Immobilière Bayard d'Antin SA (France); Audiomédia Investments SA (Belgique); CLT-UFA SA ; FremantleMedia SA ; RTL Group Germany SA (Luxembourg)
- Président et Administrateur délégué de RAG Beteiligungs-GmbH et de RAG Projektgesellschaft mbH.

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Néant

Constantin Lange

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Après avoir terminé ses études d'économie en France et en Allemagne, Constantin Lange a obtenu un MBA au Massachusetts Institue of Technologgy. En 1993, il a débuté comme assistant au sein de Bertelsmann au Département Business Development à Gütersloh. Après avoir été chef de projet au sein de UFA à Hamburg et Office Manager du Président, il a été nommé début 1997, en qualité de chef des activités ongoing Pay TV. En octobre 1997, Constantin Lange est devenu Vice-Président du Business Development TV International.
En mai 1999, il a terminé son doctorat à l'Université Hohenheim. En mars 2000, il a été nommé en qualité de Secrétaire Général et membre du Comité de gestion de RTL Television à Cologne et était responsable des départements Affaires juridiques, Acquisition et vente de programmes et Ressources humaines. En mars 2003, il a été nommé CEO de RTL Interactive GmbH, la filiale internet et digital business de RTL Television. Dans le cadre de ses fonctions, il est également responsable pour les sociétés RTL Shop, Universum Film, RTL Enterprises et RTL media services.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil (Beirat) de RTL Shop GmbH, RTL Enterprises GmbH et Universum Film GmbH
- Gérant de RTL interactive GmbH, Traumpartner TV et RTL Media Services
- Membre du Conseil de surveillance de Starbet Holding AG
- Membre du Directoire de RTL Television GmbH

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Membre du Conseil (Beirat) de IP Deutschland GmbH, MMC (Magic Media Company TV-Produktionsgesellschaft mbH) et VOX Film- und Fernseh-GmbH & Co. KG
- Président du Conseil (Beirat) de RTL interactive GmbH

Membres du Conseil de surveillance démissionnaires

Thomas Rabe

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Thomas Rabe est Docteur en Économies, dipômé de l'Université de Cologne. Il a débuté sa carrière en 1989 à la Commission Européenne à Bruxelles. De 1990 à 1996, il a occupé plusieurs postes de senior au sein de Forrester Norall & Sutton (maintenant White & Case) à Bruxelles puis au sein de l'office de privatisation de l'État Treuhandanstalt et d'un fonds de capital-risque à Berlin. En 1996, il a rejoint Cedel International (Clearstream, à la suite de la fusion avec la Deutsche Börse Clearing) où il a été nommé en qualité de CFO et membre du Comité de gestion en 1998.
En 2000, Thomas Rabe est devenu CFO et membre du Comité Exécutif de RTL Group. En mars 2003, il a également été nommé Head of Corporate Center et responsable des activités luxembourgeoises de RTL Group. Thomas Rabe est CFO et Head of Corporate Center de Bertelsmann AG depuis janvier 2006.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'Administration de Broadcasting Center Europe SA, RTL Group Central & Eastern Europe SA et de Media- Assurances SA (Luxembourg)
- Vice-Président du Conseil de Surveillance de Ediradio SA (France)
- Membre du Conseil de Surveillance de RTL Hrvatska d.o.o.za uslugue (Croatie)
- Administrateur de Media Holding REN TV (Fédération Russe) ; Antena 3 de television SA (Espagne); Channel 5 Television Group Ltd (Royaume-Uni); Audiomédia Investments SA; TVI SA (Belgique); CLT-UFA SA ; Fremantle-Media SA ; RTL Group Germany SA (Luxembourg) et de SportFive SA (France)
- Gérant de CLT Multi Media GmbH ; RTL Group Vermögensverwaltung GmbH ; RTL Group Deutschland Gmbh et de UFA Film und Fernsehen GmbH (Allemagne)
- Membre du Comité de Gérance de S5 Sàrl (Luxembourg)
- Membre du Conseil de Edmond Israël Foundation
- Membre du Directoire de Bertelsmann AG
- Managing Director de Reinhard Mohn GmbH ; Bertelsmann TV Beteiligungs GmbH
- Président de Media Communication SAS
- Chief Financial Officer, Director and membre du Comité Exécutif de Bertelsmann Inc
- Directeur de Bertelsmann Capital Corporation N.V.
- Membre du Comité consultatif de Bertelsmann Ventures L.P. ; BV Capital Fund II-A L.P.
- Membre du Conseil des représentants de Sony BMG Management Co LLC

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président du Conseil d'Administration de CLT-UFA Holding S.A (Luxembourg) ; SportFive SA (France) et de Thames Cable and Satellite Services Ltd (Royaume-Uni)
- Vice-président du Conseil d'Administration de RTL Group Central & Eastern Europe SA (Luxembourg)
- Administrateur de CLT Multi Media GmbH (Allemagne); Media-Assurances SA; RTL Plus SA ; RTL Nederland SA, Studio Luxembourg SA (Luxembourg); RTL 4 Beheer BV (Pays-Bas)
- Gérant de CLT Media Services GmbH ; RTL Group Verwaltungs und Holding GmbH ; RTL Television GmbH ; Radio Center Berlin GmbH (RCB) (Allemagne)
- Représentant de B & CE S.A, Administrateur de Immobilière Bayard d'Antin SA (France)

Jean Charles de Keyser

Biographie et Fonction principale exercée en dehors de la société

Jean-Charles de Keyser a contribué au développement des chaînes de télévision et des stations de radio en Belgique depuis le début des années 1980, tout d'abord en tant que journaliste à Bruxelles, pour RTL Radio France, puis en qualité de Responsable de l'information de RTL Television, et finalement en qualité de CEO de RTL TVI à Bruxelles (1985).
De 1987 à 2000, il a été membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel belge. Il a été nommé Vice-président exécutif de Bel RTL en 1992, puis Directeur Général adjoint de TPS en France en 1996 et CEO de RTL KLUB en Hongrie, en 1997, où il était en charge du lancement de cette nouvelle chaîne avec une équipe de RTL Group.
Il est devenu Vice-Président exécutif de TV Benelux, Europe de l'est et Radio fin 1999. Dans le cadre de cette fonction, il a été nommé Président du Conseil d'administration de RTL Nederland, RTL Klub, RTL Televizija (Croatie) et également membre du Conseil de surveillance de BCE, RTL TVI, Bel RTL, M6 et RTL Radio en France.
Jean-Charles de Keyser a quitté RTL Group à compter du 1er septembre 2005. Depuis cette date, il dirige les opérations de BelgacomTV en tant qu'Executive Chairman du Conseil d'administration de Skynet.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'administration de RTL Nederland SA; Telesparks SA (Luxembourg) et de RTL Hrvatska d.o.o. za uslugue (Croatie)
- Administrateur de Broadcasting Center Europe SA ; CLT-UFA SA ; Filmlux SA ; IPN SA; RTL 4 Finance SA (Luxembourg) ; Inadi SA; TVI SA (Belgique); Magyar RTL Televisio Zärtköruen Muködo Részvénytarsasag (M-RTL ZRT) (Hongrie) ; Radio Advertising Benelux BV ; RTL 4 Beheer BV; RTL FM BV et de Yorin TV BV (Pays-Bas)
- Membre du Conseil de Surveillance de Ediradio SA (France)
- Représentant de Immobilière Bayard d'Antin SA (France), Administrateur IP France SA (France) ; et représentant de Yorin TV BV, administrateur de Yorin FM BV (Pays-Bas)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président du Conseil d'administration de RTL Nederland SA ; Telesparks SA (Luxembourg) ; IP Belgium (Belgique) et de Magyar RTL Televisio Zärtköruen Muködo Részvénytarsasag (M-RTL ZRT) (Hongrie),
- Administrateur de Paradigm Ltd ; Thames Cable and Satellite Services Ltd (Royaume-Uni); Immobilière Bayard d'Antin SA (France); , Blue Circle BV; Spott Holding BV (Pays-bas) ; VCF SA ; VCB SA ; Belga Films SA ; Belga Home Vidéo SA; Contact SA (Belgique); Monégasques des Ondes SA; RTL 9 SA (Luxembourg)
- Membre du Comité de Direction de RTL Hravatska d.o.o. za uslugue

1.2.2. Fonctionnement du Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la société par le Directoire et donne à ce dernier les autorisations préalables à la conclusion des opérations que celui-ci ne peut accomplir sans son autorisation.
À toute époque de l'année, le Conseil de Surveillance opère les vérifications et les contrôles qu'il juge opportuns et peut se faire communiquer les documents qu'il estime utiles à l'accomplissement de sa mission.

Règlement intérieur
Dans sa première séance du 26 mai 2000, le Conseil de Surveillance s'est doté d'un règlement intérieur ayant pour objet de préciser et compléter les statuts de la société en ce qui concerne son organisation et son fonctionnement.

Réaffirmant son attachement aux règles du gouvernement d'entreprise, le Conseil de Surveillance dans sa séance du 30 avril 2003, a complété son règlement intérieur qui lui donne les voies et les moyens d'un fonctionnement efficace au service de la société et de ses actionnaires.

Le règlement intérieur du Conseil de Surveillance et de ses comités précise ainsi principalement :
- les modalités de réunion du Conseil,
- l'exercice par le Conseil de ses pouvoirs,
- la composition des différents comités du conseil, Comité d'Audit et Comité des Rémunérations et des Nominations,
- les missions et attributions des différents comités du Conseil.

Évaluation du Conseil de surveillance
Le Conseil consacre une fois par an, un point à l'ordre du jour de l'une de ses réunions à un débat sur son fonctionnement.

Il ressort de l'examen de son fonctionnement, débattu lors de sa séance du 7 mars 2006, que le Conseil bénéficie de la nécessaire indépendance à l'accomplissement de sa mission ; la participation des membres aux débats est de bonne qualité et que les travaux du Comité d'Audit et du Comité des Nominations et des Rémunérations se déroulent d'une manière satisfaisante.
L'information des membres du Conseil est satisfaisante, notamment grâce à la qualité du rapport trimestriel d'activité du Directoire et à la présence des membres du Directoire aux réunions qui apportent une vision détaillée de l'activité du Groupe.

Il est à noter par ailleurs que l'expertise et l'expérience des membres du Conseil sont mentionnées avec les mandats qu'ils exercent dans d'autres sociétés.

Le Conseil de Surveillance se réunit aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige et au minimum trimestriellement.
Il s'est réuni 7 fois durant l'exercice 2005 et le taux d'assiduité globale de ses membres est de 75 %.

Actions de la société détenues par les membres du Conseil de Surveillance
Les membres du Conseil de Surveillance de Métropole Télévision doivent détenir statutairement chacun au moins 100 actions de la société.
À ce jour, les membres du Conseil détiennent directement et collectivement 2.000 actions de la société, soit 0,001 % du capital.

Jetons de présence
L'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2004 a fixé à 120 000 € le montant global des jetons de présence à répartir entre les membres du Conseil de Surveillance pour l'exercice 2004 et les exercices suivants jusqu'à décision contraire.
En 2005, les jetons de présence ont été alloués selon la règle de répartition suivante :

	Répartition théorique individuelle des jetons de présence[3]	TOTAL
Président du Conseil de surveillance	18 000 €	18 000 €
Présidents des Comités (2)	12 000 €	24 000 €
Membres des Comités (3)	10 000 €	30 000 €
Autres membres du Conseil (6)	8 000 €	48 000 €
		120 000 €

Le rapport de gestion présente le détail individuel des jetons de présence versés aux membres du Conseil de Surveillance (paragraphe 10.7.4 du rapport de gestion).

1.2.3. Comités du Conseil de Surveillance

Il existe deux comités au sein du Conseil de Surveillance :

Comité d'Audit
Le Comité d'Audit, créé en 2000, est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres, désignés par le Conseil de Surveillance parmi ses membres. Il se réunit au moins deux fois par an et a pour mission :
- d'examiner les comptes annuels ainsi que les résultats intermédiaires et préliminaires du Groupe,
- d'évaluer les propositions de nomination des Commissaires aux Comptes, leur rémunération et d'examiner leurs conclusions.

Le Comité s'est réuni 3 fois en 2005 et le taux d'assiduité globale des membres est de 100 %.

3 - La répartition des jetons de présence entre les membres (en fonction ou démissionnaire) se fait au prorata de la durée de leurs fonctions sur l'exercice.

Membres du Comité d'Audit		Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité séances 2005
Guy de Panafieu*	Président du comité	18 février 2004	2008		100 %
Remy Sautter	Membre	26 mai 2000	2008		100 %
Ignace Van Meenen	Membre	7 mars 2006	2008		Non applicable
Thomas Rabe**	Membre	18 mars 2004		7 mars 2006	100 %

** Membre indépendant ** Démissionnaire*

En 2005, les travaux du Comité d'Audit ont principalement porté sur :

- l'examen des comptes annuels,
- les missions et honoraires des commissaires aux comptes et consultants,
- les comptes au 30 juin 2005,
- l'application de la Loi sur la Sécurité financière et le contrôle interne,
- les nouvelles normes comptables internationales (IFRS),
- l'examen du portefeuille des droits audiovisuels,
- l'évolution de la réglementation.

Pour remplir sa mission, le Comité d'Audit a entendu les Commissaires aux comptes de la société, le Directeur Financier, les responsables de la comptabilité et du contrôle de gestion. Afin d'assurer le correct fonctionnement du Comité d'Audit, un dossier détaillé est préparé par les équipes financières de la Société dans le respect de l'ordre du jour de chaque réunion.

Le Comité d'Audit adresse au Directoire des recommandations sur la communication financière.
Le Comité d'Audit présente au Conseil de Surveillance les conclusions de ses travaux lors des séances consacrées à l'examen des comptes semestriels et annuels.

Comité des Rémunérations

Le Comité des Rémunérations et des Nominations, créé en 2000, est composé au minimum de deux membres et au maximum de cinq membres désignés parmi les membres du Conseil de Surveillance. Il se réunit au moins une fois par an, et :

- propose les rémunérations des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire ;
- examine le ou les plans d'attribution de stocks options et d'actions gratuites, en faveur des membres du Directoire et des collaborateurs ;
- s'assure que la notion de membre indépendant du Conseil de Surveillance est respectée.

Le Comité s'est réuni 3 fois en 2005 et le taux de présence des membres est de 100 %.

Au cours de ces séances, le Comité a proposé, au Conseil de Surveillance, l'attribution des options de souscription d'actions et s'est prononcé sur la liste des bénéficiaires des attributions du 28 avril 2004.

Le Comité a examiné pour la première fois les modalités d'attributions des actions gratuites autorisées par l'assemblée générale du 28 avril 2005 et validé le plan d'attribution préparé par le Directoire.
Enfin, le Comité des Rémunérations s'est prononcé comme chaque année sur les principes et les modalités des rémunérations du Président du Directoire et des membres du Directoire.

Le Comité des Rémunérations et des Nominations dispose pour chacune de ses réunions de dossiers préparés par la Société afin de donner la meilleure lisibilité sur les enjeux de ses décisions.

Membres du Comité des Rémunérations et des Nominations	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité séances 2005
Gérard Worms*	Président	26 mai 2000	2008	100 %
Gerhard Zeiler	Membre	30 avril 2003	2008	100 %

** Membre indépendant*

1.3. Compléments d'informations relatifs aux membres du Directoire et du Conseil de Surveillance

À la connaissance de la Société, aucune condamnation pour fraude, aucune faillite, aucune mise sous séquestre et/ou liquidation, aucune incrimination et/ou sanction publique officielle prononcée par des autorités statutaires ou réglementaires (y compris des organismes professionnels désignés), aucun empêchement n'ont été prononcés au cours des cinq dernières années à l'encontre d'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance ou d'une société dans laquelle l'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance est mandataire social, associé commandité, fondateur, ou possède des fonctions d'administration, de direction, de surveillance.

Par ailleurs, il n'existe à la connaissance de la Société :

- aucun lien familial entre les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance,
- aucun conflit d'intérêt potentiel entre les devoirs, à l'égard de l'émetteur, de l'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance, et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs,
- aucun arrangement ou accord entre un membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance avec l'un quelconque des principaux actionnaires, clients ou fournisseurs,
- aucune restriction concernant la cession par un membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance dans un certain laps de temps de leur participation dans le capital social du Groupe, à l'exception des règles relatives à la prévention du délit d'initié et, pour les membres du Conseil de Surveillance, de l'obligation statutaire d'être propriétaire d'au moins 100 actions de la Société pendant la durée de leur mandat,
- aucun contrat de service liant les membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance de MÉTROPOLE TÉLÉVISION avec l'une quelconque de ses filiales.

1.4. Commissaires aux Comptes

		Adresse	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat
Titulaires				
KPMG Audit	*Frédéric QUELIN*	2 bis, rue de Villiers - Les Hauts de Villiers 92300 Levallois Perret	2001[1]	2011
BARBIER FRINAULT & Autres Ernst & Young	*Bruno BIZET*	41, rue Ybry 92200 Neuilly Sur Seine	2002	2008
Suppléants				
Guillaume LIVET		1, cours Valmy 92923 Paris La Défense Cedex	2001[2]	2011
Pascal MACIOCE		41, rue Ybry 92576 Neuilly Sur Seine Cedex	2002	2008

(1) nommé en remplacement de la société Peronnet et Associés, démissionnaire (2) Nommé en remplacement de Monsieur Marcel Peronnet, démissionnaire

1.5. Rapport du Président du Conseil de Surveillance

En application de l'article L.225-68 du Code de commerce, j'ai l'honneur de rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance de MÉTROPOLE TÉLÉVISION SA (ci-dessous « la Société ») ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la Société.

1.5.1. Objectifs de la Société en matière de procédures de contrôle interne

A. CONTRÔLE DES ACTES DE GESTION OU DE RÉALISATION DES OPÉRATIONS

Le groupe Métropole Télévision veille à ce que les actes de gestion ou de réalisation des opérations, ainsi que les comportements de ses collaborateurs s'inscrivent dans le cadre défini :

- par les orientations données aux activités du groupe qui se caractérisent, au-delà des lois et règlements applicables, par les valeurs, normes et règles internes au groupe ;
- par les spécificités induites par chacun des trois grands métiers du groupe que sont la Télévision gratuite, la Télévision numérique et les Diversifications ;
- par l'existence d'un certain nombre d'activités fonctionnelles qui s'appliquent de manière transversale à l'ensemble du groupe. Ces responsabilités fonctionnelles sont exercées via des filières d'experts intégrés au sein de chaque métier du groupe.

Les procédures de contrôle interne peuvent être présentées selon le référentiel du Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).

a) Environnement de contrôle

Le groupe Métropole Télévision a construit un environnement de contrôle interne de ses activités qui s'appuie sur :

- des valeurs éthiques fondamentales précisées dans un code de déontologie qui définit et met en œuvre les principes professionnels que les dirigeants et les personnels du groupe doivent observer pour leur propre conduite et pour orienter leurs choix dans les actions qu'ils entreprennent ;
- la séparation entre la direction de la Société et le contrôle de cette direction par la mise en place d'une forme juridique de type anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance ;
- une gestion des carrières et des ressources humaines fondée sur le développement des compétences et privilégiant les nouveaux talents ;
- un fonctionnement du management et une organisation, reposant sur :
  - la mise en place d'un mode de management et de contrôle selon les spécificités de marché propres à chacun des départements :
    - les programmes assurent un contrôle sur les coûts et les risques de contenu ;
    - la publicité recherche la qualité des partenaires et l'homogénéité du marketing en fonction de la grille des programmes ;
    - les diversifications s'assurent de la qualité des partenaires et veillent aux développements des labels créés par la chaîne ;
    - la technique a pour objectifs la fiabilité et la sécurité.
  - les dirigeants de chacune des activités, qui, sous le contrôle du Directoire de Métropole Télévision, sont responsables de la conduite des affaires et des résultats opérationnels dans le cadre des objectifs définis. Le Directoire de Métropole Télévision se réunit une fois par semaine pour diriger et contrôler les activités du groupe au sein des métiers.
- un système de délégation de pouvoirs mis en place au sein du groupe en vue d'assurer l'efficacité des opérations et la conformité du processus de décision aux principes du gouvernement d'entreprise. Les délégations de pouvoirs sont définies au sein de chacune des sociétés du groupe en tenant compte des principes directeurs définis par Métropole Télévision ainsi que des principes de gouvernement d'entreprise applicables, entre autres, aux sociétés cotées.

b) Évaluation du risque

Le groupe Métropole Télévision a développé une méthodologie d'identification et d'analyse des risques destinée à assurer une maîtrise adéquate des principaux risques en fonction de la nature des activités et des objectifs poursuivis.

À cet effet, le groupe a réalisé une mission de cartographie de l'ensemble des risques opérationnels et fonctionnels.

Cette mission, confiée à un cabinet extérieur, a consisté en un recensement auprès des membres du Comité Exécutif du groupe et des principaux dirigeants d'activités des risques opérationnels, techniques, juridiques et financiers qu'ils gèrent au quotidien.

Les risques ont été classés par ordre d'importance quantitative des enjeux sur les comptes du groupe.
Des plans d'actions sont régulièrement proposés au Directoire afin de permettre une évolution des procédures existantes et une validation de leur efficience. Ces plans sont établis par ordre de priorité au regard des conséquences chiffrées pour le groupe.

Cette méthodologie repose sur les responsables opérationnels et fonctionnels qui :

- développent un processus de gestion des risques dans le but d'améliorer l'analyse des risques et la prise de décision par rapport à ceux-ci ;
- communiquent leurs analyses et recommandations auprès de la direction du groupe.

Les décisions stratégiques ainsi que les analyses des risques majeurs sont examinées par la Société, le Directoire appuyant ses décisions sur la base de ces recommandations.

c) Activité de contrôle

Le système de contrôle interne du groupe Métropole Télévision a pour but de permettre au management de garantir que les directives sont appliquées au sein du groupe et que les actions nécessaires sont prises afin d'assurer la réalisation des objectifs fixés. Il est fondé sur un ensemble de politiques et de procédures définies soit au niveau de la direction de Métropole Télévision soit au niveau de chaque métier :

- les procédures de contrôle interne dans les domaines qui relèvent de la direction de Métropole Télévision sont définies par les directions fonctionnelles du Siège. Elles concernent principalement la Direction des programmes, la Direction financière, la Direction des ressources humaines, la Direction de la communication, la Direction de la stratégie et du développement, la Direction juridique ainsi que la Direction technique ;
- les procédures de contrôle interne dans le domaine commercial sont définies, mises en place et suivies principalement par les dirigeants et les personnels des filiales, en fonction des exigences et des particularités des métiers du groupe, et en particulier pour la régie publicitaire et les activités de diversification.

Le contrôle interne a été renforcé par la nomination d'un Responsable des Risques qui exercera la coordination des missions de contrôle au sein du groupe dans le respect du plan d'actions décidé par le Directoire.

d) Information et communication

En vue du contrôle et de l'analyse de l'efficacité de son fonctionnement le groupe Métropole Télévision a mis en place :

- un système d'information dédié à la collecte des informations clés ;
- des moyens de communication apportant aux salariés les moyens d'échanger les informations nécessaires à l'exercice de leurs responsabilités.

Au cours de l'exercice 2004 une matrice descriptive et d'évaluation des risques a été mise au point à l'occasion de la mission de cartographie.Cet outil est désormais utilisé comme support interne d'information et de communication sur le contrôle interne. Il est en outre mis à jour en fonction de l'avancement des plans d'actions.

e) Monitoring

Le groupe met en place progressivement une méthodologie afin d'évaluer la qualité du contrôle interne sur la durée :

- le plan à moyen terme, le budget annuel et les « visées » sont définis par le Comité Éxécutif conformément à la stratégie globale fixée par le Directoire ;
- le plan, le budget et les « visées » font l'objet d'un suivi mensuel à tous les niveaux du groupe, principalement sur la base de données opérationnelles et financières.

B. QUALITÉ DES INFORMATIONS COMPTABLES, FINANCIÈRES ET DE GESTION

Les informations comptables, financières et de gestion communiquées aux organes sociaux de la Société :

- reposent sur un ensemble de systèmes et de procédures largement déployés dans le groupe,
- reflètent avec sincérité l'activité et la situation de la Société.

L'ensemble de ces outils et procédures a pour objectif d'apporter au management les éléments permettant de prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier.

La Direction financière du Siège fixe la nature, l'étendue, la forme et la fréquence des informations financières pertinentes au niveau du groupe que doivent fournir les filiales et les services. Elle fixe les standards du reporting financier, les normes et les procédures comptables, les indicateurs de performance et les instruments standardisés de consolidation.
Le programme d'adoption des normes comptables IFRS en 2005 a en outre contribué à l'analyse approfondie des processus et du contenu de l'information financière.

1.5.2. Description synthétique des procédures de contrôle mises en place

A. ORGANISATION GÉNÉRALE DES PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

En vue d'atteindre les objectifs opérationnels et financiers qu'il s'est fixé, le groupe a mis en place certains éléments d'organisation et de contrôle interne qui se situent dans le cadre de l'organisation générale décrite ci-dessus.

a) Présentation, rôles et modalités générales de fonctionnement des acteurs ou structures exerçant des activités de contrôle

a-1 Formes et modalités du gouvernement d'entreprise

Depuis 2000, la Société Métropole Télévision est de forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, une forme juridique qui favorise la séparation entre la direction de la Société et le contrôle de cette direction. Au-delà des modalités de fonctionnement, qui sont décrites ci-après, cette forme juridique répond aux contraintes réglementaires exigées par la convention conclue avec le CSA, qui encadre le fonctionnement et les règles de diffusion de la chaîne.
L'ensemble des règles définissant le fonctionnement du Gouvernement d'entreprise au sein du groupe Métropole Télévision est présenté dans les statuts (articles 14 à 19 pour le Directoire et articles 20 à 25 pour le Conseil de Surveillance).
Les détails ci-après concernent plus spécifiquement les formes et modalités contribuant à l'efficacité du contrôle interne.

Le Directoire

Nommé pour une durée de cinq ans, il est composé de cinq membres, personnes physiques, désignés par le Conseil de Surveillance, salariés du groupe Métropole Télévision, d'âge inférieur à 65 ans, et ayant la responsabilité des grands métiers ou secteurs du groupe Métropole Télévision.
Il a été validé que les règles de cumul des mandats sont respectées.

Le Directoire se réunit une fois par semaine. L'ensemble des réunions fait l'objet de comptes rendus. Seules les délibérations obligatoires, prises à la majorité des membres, sont consignées par des procès-verbaux, signés par les membres ayant pris part à la séance.

Le Directoire est investi des pouvoirs les plus étendus à l'égard des tiers pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Néanmoins les opérations d'investissement ou de désinvestissement dont le montant unitaire dépasse 20 millions d'euros restent soumises à l'autorisation du Conseil de Surveillance.

Le Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance est composé de douze membres, personnes physiques, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires pour une durée de quatre années et dont un tiers des membres est indépendant au sens du rapport Bouton.
Il a été validé que les règles de cumul des mandats sont respectées.

Dans le respect des conditions prévues aux statuts, le Conseil de Surveillance se réunit au minimum trimestriellement, sur convocation de son Président.
Les décisions, prises à la majorité des voix, sont consignées dans des procès verbaux et il est tenu un registre de présence qui est signé par les membres du conseil participant à la séance.
À titre de jetons de présence, l'Assemblée Générale a alloué au Conseil de Surveillance pour l'exercice 2005 une somme fixe de 120 000 €, à répartir entre les membres du conseil, dont le montant a été porté aux frais généraux de Métropole Télévision.
Au titre de 2005, le taux de présence des membres du Conseil de Surveillance a été de 75 %.

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le Directoire et donne à ce dernier les autorisations préalables à la conclusion des opérations que celui-ci ne peut accomplir sans son autorisation, dans le strict respect des dispositions prévues dans les statuts.
Les règles de fonctionnement du Conseil de Surveillance sont rassemblées au sein d'un règlement intérieur qui précise :
- que le **Comité d'Audit**, composé de trois membres et se réunissant deux fois par an :
  - examine les comptes annuels ainsi que les résultats intermédiaires et préliminaires, et étudie les principes et règles comptables utilisés par le groupe,
  - évalue les propositions de nomination des Commissaires aux Comptes, leur rémunération et examine leurs conclusions,
- que le **Comité des Rémunérations et des Nominations**, composé de deux membres et se réunissant une fois par an :
  - propose les rémunérations des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire et veille au respect des principes des valeurs individuelles et collectives et des règles de conduite applicables aux collaborateurs sur lesquelles le groupe fonde son action ;
  - s'assure que la notion de membre indépendant du Conseil de Surveillance est respectée.

a-2 Les acteurs du contrôle opérationnel

Au-delà du gouvernement d'entreprise, le groupe a investi de pouvoirs de contrôle plusieurs organes collégiaux ou directions fonctionnelles.

Au niveau du groupe :

- le **Comité Exécutif**, qui se réunit deux fois par mois et qui a pour objet d'anticiper les principaux risques liés aux opérations. Il est composé de douze membres, dont le Directoire, et il regroupe les principales directions fonctionnelles et opérationnelles du groupe : le secrétariat général des programmes, la Direction des études, la Direction financière, la Direction des ressources humaines, la Direction juridique, la Direction technique ainsi que la Direction des programmes ;
- le **Comité de Direction**, qui se réunit une fois par semaine et qui regroupe les membres du Comité Exécutif ainsi que les représentants des principales filiales. Il a pour objet d'informer le groupe des principales décisions.

Au niveau des filiales :

- le **Comité Financier**, qui est mis en place dans les filiales dans lesquelles la participation du groupe n'est pas majoritaire, et qui permet de rendre compte auprès de groupe des principales décisions et orientations ;
- le **reporting** hebdomadaire et mensuel des filiales détenues majoritairement, qui assure au groupe un suivi financier régulier.

La Direction Financière :

- assure la coordination de certaines opérations financières importantes pour le groupe,
- gère, en concertation avec les filiales, la trésorerie du groupe et les risques de change, en mettant en place les indicateurs financiers et instruments de couverture qu'elle juge adéquate,
- contrôle la gestion des impôts directs et indirects dans le cadre de la planification fiscale,
- met en place, en concertation avec les filiales, un réseau de contrôleurs de gestion répondant aux particularités des métiers du groupe,
- renforce le processus de sécurisation de l'information comptable et de remontée de l'information pour la consolidation.

La Direction Juridique :

- assure une mission de conseil auprès du groupe, et le cas échéant émet des avis juridiques,
- participe, en liaison avec les filiales et les autres directions fonctionnelles, à la préparation et à la négociation d'une documentation juridique homogène de manière à mettre en place une unicité de vue pour cette documentation,
- met en place un réseau de juristes chargés de suivre et gérer les risques juridiques du groupe.

b) Références internes de l'entreprise

La Société a mis en place un **code de déontologie**, applicable à l'ensemble des salariés du groupe Métropole Télévision. Ce code de déontologie, mis à jour en 2000, a été diffusé à l'ensemble du personnel. Il présente l'ensemble des principes professionnels que chaque salarié doit observer pour sa propre conduite et permet à tous les collaborateurs du groupe, quel que soit leur statut et leur niveau hiérarchique, même le plus élevé, d'orienter leurs choix dans leurs actions.

La Société met par ailleurs à disposition des services des **manuels descriptifs des processus** opérationnels et administratifs applicables pour chacune des natures d'opération réalisées.

La Société a en outre mis en place une procédure de contrôle des engagements accompagnée d'un système de **délégation de signatures**.

La Société a également instauré une procédure de validation artistique du contenu de la programmation, qui veille au respect des valeurs éditoriales et déontologiques et au respect des normes légales. Cette procédure se matérialise par la rédaction de recommandations à l'attention de la Direction des programmes et du Directoire.

c) Élaboration de l'information financière et comptable destinée aux actionnaires

Les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information financière et comptable sont principalement mises en œuvre par les départements de la comptabilité, de la consolidation, du reporting et du contrôle de gestion, regroupés au sein de la Direction financière du groupe. La plupart de ces processus font l'objet d'un redéploiement au sein du Siège et des filiales en vue de mieux prendre en considération les modes de fonctionnement actuels du groupe.

La Direction financière du groupe assure la mise en œuvre de :

- la normalisation des règles comptables
- la standardisation de l'outil de reporting (paramétrage, maintenance, communication et contrôle du respect des instructions) en veillant à répondre aux exigences de la souplesse et de la sécurité,
- le développement du processus de reporting en vue d'en améliorer la périodicité et la pertinence par l'inclusion d'indicateurs de performance,
- la communication des informations comptables et financières à l'attention des organes d'administration et de ges-

tion du groupe ainsi qu'à l'attention des commissaires aux comptes.
• la communication des informations financières à l'attention du marché financier et des organes de contrôle.

B. PRÉSENTATION DES INFORMATIONS SYNTHÉTIQUES SUR LES PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

a) Principales procédures de contrôle interne mises en place par la Société

Les procédures de contrôle interne du groupe Métropole Télévision ont un caractère centralisé, avec un contrôle hiérarchique élevé qui s'appuie sur un contrôle a priori des décisions et sur un suivi strict des objectifs individuels.

Les procédures de contrôles opérationnels au sein du groupe s'expriment en terme de suivi des engagements, de programmation, de contenu, de quantité, de respect des réglementations (CSA, CNC,…).

Au titre des procédures ou de leurs principes essentiels appliqués par le groupe on peut citer :
• la mise en place progressive d'un nouveau système d'information de gestion, outil intégré pour le suivi opérationnel dédié aux métiers de l'audiovisuel :
- adapté aux achats de programmes et à la diffusion
- ainsi qu'aux ventes d'espaces publicitaires
- ayant donné lieu à la redéfinition de l'ensemble des process du groupe en vue d'un meilleur contrôle sur les différentes étapes et d'une rationalisation accrue
• la mise en place d'un système d'information financière et d'une procédure dédiée aux achats de frais généraux
• des procédures strictes en terme de trésorerie, grâce à :
- une gestion centralisée de la trésorerie du groupe,
- une séparation stricte des tâches, garantissant une efficace prévention de la fraude,
- un système d'autorisations et de signatures régulièrement mis à jour,
- des contrôles aux accès informatiques,
- une sécurité des moyens de paiement.

b) Elaboration et traitement de l'information financière et comptable

Le contrôle interne exercé par le groupe en matière d'élaboration et de traitement de l'information financière et comptable s'effectue via un ensemble de procédures.

b-1 Les procédures comptables

Le service comptable consigne et comptabilise l'exhaustivité des mouvements et pièces comptables de l'exercice :
• par l'utilisation de systèmes d'informations financières, placés sous l'autorité d'administrateurs systèmes qui veillent à leur correcte utilisation et suivent leur évolution en relation étroite avec leur éditeur
• par les circuits de documents, qui mettent le service comptable en position prioritaire
• en respect avec les normes comptables et les règles groupe en vigueur.

Des procédures internes permettent d'assurer un contrôle a posteriori de la cohérence des enregistrements comptables et des revues sont effectuées à l'occasion de chaque arrêté afin de vérifier les travaux réalisés.

Le groupe a appliqué dès le 1er janvier 2005 le nouveau référentiel des IFRS,dont les dispositions avaient conduit à un plan de migration des systèmes et de formation des équipes tout au long de l'année 2004.

Une attention particulière a été portée sur la comparabilité des informations avec les années antérieures, induites par le changement des normes comptables.

b-2 Les procédures d'élaboration de la consolidation des comptes

La cellule de consolidation, uniquement dédiée à la consolidation des comptes du groupe, est intégrée au sein de la Direction financière.
Par l'utilisation d'un logiciel de consolidation régulièrement maintenu à jour grâce à des compétences tant internes qu'externes, les données comptables sont collectées depuis les filiales vers le Siège.

En 2005, le groupe a procédé au renouvellement de son outil de consolidation, en adoptant Magnitude, outil reconnu par de très nombreux grands groupes. Une telle migration a enrichi et renforcé ainsi la qualité de l'information financière du groupe.
Le service consolidation, en contact régulier avec les services comptables des filiales, s'assure de l'homogénéité des règles comptables appliquées au sein du groupe.
Il collecte et contrôle également les informations extra comptables mentionnées dans les communications financières et relatives aux comptes consolidés.
Ces données sont vérifiées, tant par la Société que par les commissaires aux comptes.

Le groupe communique trimestriellement sur le chiffre d'affaires consolidé, et semestriellement sur le résultat. Chaque année le groupe émet également une documentation financière.

b-3 Les procédures de reporting

Le département reporting est intégré au sein du contrôle de gestion. Il met en place des process de collecte et d'analyse des données sur une base hebdomadaire ou mensuelle selon les activités.
Le reporting est analysé mensuellement avec les opérationnels. La communication du reporting aux opérationnels leur permet de suivre l'état d'avancement de réalisation de leurs objectifs.
L'équipe reporting s'assure des correctes imputations analytiques dans le logiciel de gestion et contrôle la fidèle retranscription en comptabilité des informations en provenance des opérationnels. À chaque arrêté, le reporting est rapproché de la comptabilité et de la consolidation.
Le reporting est en outre comparé mensuellement au budget et mis en regard de l'année précédente. Il est également présenté lors des Comités d'Audit, Conseils de Surveillance et à l'occasion des Comités financiers.

b-4 Les procédures de suivi des engagements hors-bilan

Chaque engagement fait l'objet d'une procédure d'autorisation. Au moment des arrêtés comptables les informations nécessaires à l'établissement des engagements hors bilan consolidés sont collectées par la Direction financière auprès de l'ensemble des services du groupe (principalement les services acquisition de droits audiovisuels et les services techniques). Ces données sont centralisées et vérifiées par les services comptables et la consolidation avant de figurer parmi les engagements hors-bilan du groupe.
Les engagements hors-bilan sont validés in fine par les commissaires aux comptes dans le cadre de leur opinion d'audit sur les états financiers.
En 2005 le groupe a mis en place pour ses activités Antenne M6 et Chaînes Numériques un outil intégré de gestion des portefeuilles de droits et de leur programmation. Cet outil a permis d'optimiser le suivi des engagements hors-bilan et de stocks.

b-5 Les procédures de suivi des actifs opérationnels

Les actifs du groupe sont suivis comptablement par un logiciel d'immobilisations et une application dédiée à la gestion des droits audiovisuels.
Le logiciel d'immobilisation est renseigné et contrôlé par la comptabilité, après vérification des pièces par les services concernés (notamment le service technique).
L'application de gestion des droits audiovisuels est tenue par le service des droits de diffusion. Lors de chaque arrêté les informations issues de ces logiciels sont rapprochées de la comptabilité. Régulièrement, des inventaires physiques et des revues d'actifs sont effectués pour s'assurer de la réalité et de la juste valorisation des actifs opérationnels.

b-6 Les procédures de valorisation des filiales et participations.

Les principales acquisitions réalisées par le groupe font l'objet d'un calcul annuel d'impairment test, visant à s'assurer de l'adéquation de la valeur financière des sociétés avec leur valeurs opérationnelles.
La valeur opérationnelle est la valeur la plus élevée entre la valeur vénale et la valeur d'usage, la valeur d'usage étant déterminée par la méthode des flux de trésorerie actualisés (DCF) selon des principes détaillés dans les états financiers du groupe.
Chacun des principaux actifs détenus par le groupe a fait l'objet d'une étude de valorisation au cours de l'année 2005.

Neuilly sur Seine, le 7 mars 2006

1.6. Rapport des commissaires aux comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Immeuble KPMG - 1, cours Valmy
92923 Paris la Défense Cedex

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young
41, rue Ybry
92000 Neuilly-sur-Seine

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle – 92 200 Neuilly-sur-Seine
Capital social : 52 7 55 476

Exercice clos le 31 décembre 2005

Rapport des commissaires aux comptes,
établi en application de l'article L. 225-235 du Code de commerce, sur le rapport du président du conseil de surveillance de la société Métropole Télévision, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Métropole Télévision et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le président de votre conseil de surveillance conformément aux dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

Il appartient au Président du conseil de surveillance de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil de surveillance et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société. Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.
Ces diligences consistent notamment à :
- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du président ;
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.
Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du président du conseil de surveillance, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-68 du Code de commerce.

Paris la Défense, Neuilly-sur-Seine, le 4 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Frédéric Quélin - Associé

Grégoire Menou - Associé

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young

Bruno Bizet - Associé

2. Renseignements concernant la société et le capital

2.1. Renseignements concernant la société

2.1.1. Environnement statutaire

Les principaux éléments fondateurs des statuts de la Société sont présentés ci-après :

Dénomination sociale
MÉTROPOLE TÉLÉVISION - Sigle M6

Siège social et siège administratif
89, avenue Charles de Gaulle
92575 NEUILLY SUR SEINE Cedex

Forme Juridique de la société
Société Anonyme de droit français à Directoire et Conseil de Surveillance régie par le Code de Commerce, les dispositions non abrogées du décret du 23 mars1967 et les textes subséquents sur les sociétés commerciales.

Date de constitution - Durée
La société a été constituée le 13 octobre 1986 pour une durée de 99 ans sauf dissolution anticipée ou prorogation.

Registre du Commerce - SIRET - Code APE
La société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro :
339 012 452 RCS Nanterre
Numéro SIRET 339 012 452 00084 - Code APE 922D

Documents juridiques
Les documents juridiques relatifs à la société peuvent être consultés au siège social.

Exercice social
Du 1er janvier au 31 décembre.

Tribunaux compétents
Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social lorsque la société est défenderesse et sont désignés en fonction du lieu et de la nature des litiges sauf disposition contraire au Code de Procédure Civile.

Objet social (Article 3 des statuts)
La société a pour objet :

- l'exploitation d'un ou de plusieurs services de communication audiovisuelle diffusés ou distribués par voie hertzienne, par câble, par satellite ou par quelque moyen que ce soit tel qu'autorisé, le cas échéant, par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, comprenant notamment la conception, la production, la programmation et la diffusion d'émissions de télévision y compris tous messages et annonces publicitaires;
- toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières et immobilières pouvant se rattacher directement ou indirectement à cet objet et à tous objets similaires, connexes ou complémentaires ou susceptibles d'en faciliter la réalisation ou le développement ou à tout patrimoine social.

Répartition statutaire des bénéfices (Article 40 des statuts)
Sur le bénéfice de l'exercice, diminué éventuellement des pertes antérieures, il est fait un prélèvement du vingtième affecté à la formation de la réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque la réserve légale atteint le dixième du capital social.
Le solde diminué s'il y a lieu du montant des sommes portées à d'autres fonds de réserve en application de la loi puis augmenté, éventuellement, des reports bénéficiaires constitue le bénéfice distribuable.
Le cas échéant, sur ce bénéfice distribuable, il est prélevé :

a) Les sommes que l'Assemblée Générale, sur la proposition du Directoire, décidera d'affecter à la constitution de tous fonds de réserves facultatifs ordinaires ou extraordinaires ou de reporter à nouveau.
b) La somme nécessaire pour servir aux actionnaires, à titre de premier dividende, 5 % des sommes dont leurs actions sont libérées et non amorties sans que, si les bénéfices d'un exercice ne permettent pas d'effectuer ce paiement, les actionnaires puissent le réclamer sur les bénéfices des exercices suivants.

Le solde du bénéfice distribuable après les prélèvements ci-dessus, sera réparti par parts égales entre toutes les actions à titre de dividende complémentaire.
Si l'Assemblée décide la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, la décision indique expressément les postes de réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués.
L'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice peut accorder aux actionnaires pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividendes,

une option entre le paiement en numéraire ou en actions suivant les modalités prévues par la loi.

Assemblées Générales
(Articles 27-29 des statuts)

Mode de convocation, conditions d'admission, conditions d'exercice du droit de vote

Les convocations donnent lieu, trente jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée, à la publication d'un avis de réunion au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires, conformément à la réglementation en vigueur.

Les convocations proprement dites ont lieu quinze jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée. Le délai est réduit à six jours pour les assemblées réunies en deuxième convocation.

Ces convocations sont faites au moyen d'une simple lettre adressée à chaque actionnaire titulaire d'actions nominatives et au moyen de la publication d'un avis de convocation dans un journal d'annonces légales du siège social, et au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires.

Ces convocations précisent le lieu, la date et l'heure de la réunion, ainsi que la nature de la réunion et les questions inscrites à l'ordre du jour.

L'Assemblée Générale se compose de tous les actionnaires, dont les actions sont libérées des versements exigibles. Nul ne peut y représenter un actionnaire s'il n'est lui-même actionnaire ou conjoint de l'actionnaire représenté.

Le droit de participer aux assemblées est subordonné à l'inscription des actions nominatives dans les comptes tenus par la société, cinq jours au moins avant la date prévue pour l'assemblée, ou, s'il s'agit d'actions au porteur identifiable, au dépôt, dans le même délai, du certificat établi par l'intermédiaire teneur de compte constatant l'indisponibilité des actions jusqu'à la date de l'assemblée.

Les formules de procuration et de vote par correspondance sont établies et adressées conformément à la législation en vigueur.

Les propriétaires de titres mentionnés au troisième alinéa de l'article L 228-1 du Code de Commerce peuvent se faire représenter dans les conditions prévues au dit article par un intermédiaire inscrit.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux troisième et quatrième alinéas de l'article L 228-1 peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au troisième alinéa du même article.

Limitation des droits de vote
(Article 35 des statuts)

Sous réserve des dispositions ci-dessous, le droit de vote attaché aux actions est proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentent et chaque action donne droit à une voix. Aucun actionnaire, ou Groupe d'actionnaires agissant de concert, ne peut exercer plus de 34 % du nombre total de droits de vote.

En conséquence, dans l'hypothèse où un actionnaire détient, seul ou de concert avec d'autres, plus de 34 % du capital, le nombre de droits de vote dont cet actionnaire dispose dans les assemblées est limité à 34 % du nombre total des actions de la société et/ou des droits de vote qui leur sont attachés. Cette limitation cessera de plein droit de s'appliquer dans l'hypothèse de la suppression de l'exigence d'une telle limitation, soit par une décision du CSA soit dans le cadre d'une modification de la convention entre le CSA et la société.

Franchissement de seuil de participation
(article 11 des statuts)

Les transmissions d'actions s'effectuent librement. Les actions se transmettent par virement de compte à compte suivant les dispositions légales en vigueur. En cas d'augmentation de capital, les actions sont négociables à compter de la réalisation de celle-ci. Toute personne, physique ou morale, agissant seule ou de concert, venant à détenir, un nombre d'actions représentant au moins 1 % du capital et/ou des droits de vote ou tout multiple de ce pourcentage sans limitation, est tenue dans les délais de cinq jours de bourse à compter du franchissement de seuil, à déclarer à la société, par lettre recommandée avec accusé de réception adressée au siège social, le nombre d'actions et/ou de droits de vote détenus. Pour la détermination des seuils prévus ci-dessus, il est également tenu compte des actions et/ou des droits de vote détenus indirectement et des actions et/ou des droits de vote assimilés aux actions et/ou des droits de vote possédés tels que définis par les articles L. 233-7 et suivants du Code de commerce. L'obligation de déclaration s'applique en outre dans les mêmes conditions lorsque la participation exprimée en actions et/ou en droits de vote devient inférieure à l'un de ces seuils. À défaut d'avoir été régulièrement déclarées dans les conditions prévues aux alinéas ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les conditions fixées par le Code de commerce en matière de franchissement de seuils légaux. L'intermédiaire inscrit comme détenteur des titres conformément au troisième alinéa de l'article L. 228-1 du Code de Commerce est tenu, sans préjudice des obligations des propriétaires des titres, d'effectuer les déclarations prévues au présent article, pour l'ensemble des actions de la société au titre desquelles, il est inscrit en compte.

Les stipulations du présent article ne font pas obstacle à l'application des dispositions de la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication et relatives à la détention du capital ou des droits de vote des sociétés titulaires d'une autorisation relative à un service de communication audiovisuelle, ou de toutes autres dispositions résultant de la législation en vigueur.

2.1.2. Environnement réglementaire

Du fait de son objet social et de l'exploitation par la société d'une licence de diffusion de télévision hertzienne et numérique, un cadre légal et réglementaire spécifique s'applique au-delà des dispositions courantes.

Actionnariat

Aux termes de l'article 39 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, une même personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 49 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre.

Cette disposition a été modifiée par la loi n°2001-624 du 18 juillet 2001. Ce texte limite la portée de la règle des 49 % aux seules chaînes hertziennes dont l'audience annuelle moyenne (univers hertzien, câble et satellite) est supérieure à 2,5 % de l'audience totale des télévisions. Dans la pratique, ceci ne vise que les nouvelles chaînes numériques hertziennes.

Aux termes de l'article 39 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

Aux termes de l'article 40 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, aucune personne de nationalité étrangère ne peut procéder à une acquisition ayant pour effet de porter, directement ou indirectement, la part du capital détenue par des étrangers à plus de 20 % du capital d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de télévision par voie herztienne terrestre.

Réglementation applicable à la société

M6 est une chaîne privée hertzienne nationale en clair, initialement autorisée pour 10 ans à compter du 1er mars1987 (soit jusqu'au 28 février 1997), dans le cadre du régime fixé par l'article 30 de la Loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication.
Financée exclusivement par la publicité, elle est soumise aux obligations générales de cette catégorie juridique et aux obligations particulières de sa convention.

L'autorisation de M6 a été reconduite en juillet 1996 et en juillet 2001 pour 2 périodes successives de 5 ans à compter du 1er mars 1997 et du 1er janvier 2002.
Ces reconductions ont fait l'objet, conformément aux dispositions de la loi du 30 septembre 1986, de négociations avec le CSA.
Le 10 juin 2003, M6 a obtenu l'autorisation pour la reprise de son service en numérique terrestre, effective depuis le 31 mars 2005. En conséquence, l'autorisation de M6 est prorogée jusqu'au 28 février 2012.

La nouvelle convention fixe les obligations particulières de la chaîne. Elle détermine notamment ses obligations en matière d'investissement dans le domaine de la production d'œuvres audiovisuelles :

- 18 % du chiffre d'affaires annuel net de l'année précédente doit être consacré à des dépenses contribuant au développement des œuvres audiovisuelles françaises et européennes. Au sein de ces 18 %, 13.5 % des dépenses doivent être consacrées aux œuvres d'expression originale française.
- Les 2/3 de cette obligation doivent être consacrés à la production d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites.
- Sur ces 18 %, M6 doit réserver au moins 2/3 de ses investissements à des commandes indépendantes.
- M6 a l'obligation de diffuser 100 heures d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française ou européenne débutant entre 20 heures et 21 heures et n'ayant pas fait l'objet d'une diffusion en clair sur un réseau hertzien terrestre à caractère national.
- Les obligations en matière de diffusion de programmes sous-titrés à destination des sourds et mal-entendants prévoient une montée en charge de 200 heures chaque année pour arriver en 2006, à une obligation de 1 000 heures de programmes sous-titrés. En 2005, l'obligation de M6 était de 800 heures.
- En matière d'animation, au moins 1 % du chiffre d'affaires annuel net de l'année précédente doit être consacré à la production de dessins animés d'expression originale française et européenne.

Les obligations de production de la chaîne sont également régies par le décret du 9 juillet 2001 modifié.

En vertu du texte précité, la chaîne doit également consacrer 3,2 % de son chiffre d'affaires à la production d'œuvres cinématographiques européennes.

La convention détermine également les obligations musicales de la chaîne (par an : diffusion d'un minimum de 30 % de musique sur 24h, dont 50 % de musique d'expression originale française, soit un investissement de 21,34 M€ dans des émissions musicales et dans la production et la diffusion de 150 vidéomusiques consacrées à des artistes francophones dont 30 à des nouveaux talents).
Les obligations musicales de la chaîne pourront être réexa-

minées au vu de l'offre musicale sur les chaînes numériques hertziennes en clair.

L'ensemble des programmes est soumis à une signalétique de 4 catégories permettant de déterminer le public auquel ils s'adressent.

Les obligations liées aux quotas de diffusion résultent du décret 90-66 modifié du 17 janvier 1990 et de l'avenant n°2 à la convention en date du 22 juillet 2003 :

- Pour les œuvres audiovisuelles : quota obligatoire de 40 % minimum d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française et de 60 % d'œuvres européennes sur 24 heures et même obligation sur la plage d'heures d'écoute significatives annuellement déterminée par le CSA, à savoir 17 h 00 – 23 h 00 et 14 h 00 – 23 h 00 le mercredi ;
- Pour les œuvres cinématographiques : M6 ne doit pas diffuser plus de 192 films dans l'année et 144 films aux heures de grande écoute (20 h.30 et 22 h.30). Les œuvres cinématographiques doivent respecter les quotas de 40 % d'œuvres d'expression originale française et 60 % d'œuvres européennes sur l'ensemble de la journée et aux heures de grande écoute.

En matière publicitaire, la loi n° 93-122 du 22 janvier 1993 (dite loi Sapin) régit les relations entre les annonceurs, leurs mandataires et les supports publicitaires.

Les autres règles s'appliquant à la diffusion de messages publicitaires résultent essentiellement du décret 92-280 du 27 mars 1992 et de l'article 73 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986.

2.2. Renseignements concernant le capital

2.2.1. Conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et des droits attachés

Toutes modifications du capital ou des droits attachés aux titres qui le composent sont prévues par les dispositions statutaires.

L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule compétente pour décider, sur le rapport du Directoire, une augmentation de capital.

Si l'augmentation est réalisée par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, l'Assemblée Générale statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

Évolution historique du capital

Date	Nature de l'Opération	Augmentation de capital	Nombre de titres créés	Capital à l'issue de l'opération	Nombre d'actions composant le capital
15.09.86	Constitution	10 000 000,00 F	100 000	10 000 000	100 000
16.05.87	Souscription	190 000 000,00 F	1 900 000	200 000 000	2 000 000
21.05.90	Réduction de capital	(198 000 000,00 F)	(1 980 000)	2 000 000	20 000
21.06.90	Souscription d'actions	200 000 000,00 F	2 000 000	202 000 000	2 020 000
31.12.93	Exercice d'options de souscription par les salariés(1)	6 900 000,00 F	69 000	208 900 000	2 089 000
06.09.94	Division du nominal par 5	-	-	208 900 000	10 445 000
31.12.95	Exercice d'options de souscription par les salariés(1)	4 337 000,00 F	216 850	213 237 000	10 661 850
31.12.95	Conversion d'obligations (2)	50 387 700,00 F	2 519 385	263 624 700	13 181 235
03.12.99	Conversion du capital social en €	12 535 613,57 €	-	52 724 940 €	13 181 235
30.12.99	Conversion d'obligations	30 536,00 €	7 634	52 755 476 €	13 188 869
26.05.00	Division du nominal par 10	-	-	-	131 888 690

(1) Souscription au nominal

(2) Prime d'émission de 158 050 720 F

Montant du capital libéré, nombre et catégories d'actions

Au 31 décembre 2005, le capital social entièrement libéré est de 52 755 476 € divisé en 131 888 690 actions de 0,40 € chacune toutes de même catégorie.

Pacte d'actionnaires

À la connaissance de la société, il n'existe pas de pacte d'actionnaire.

Nantissement des actions

Néant.

Aliénation d'actions intervenues à l'effet de régulariser les participations croisées

(article 251 du décret du 23 mars 1967)
Néant.

Autocontrôle

(article L.233-13 du code de commerce)
Sociétés contrôlées détenant une part du capital de la société :
Néant.

Augmentation de capital réservée aux salariés

Néant.
La dernière assemblée générale ayant statué sur une proposition d'augmentation de capital réservée aux salariés est celle du 28 avril 2005.

Capital potentiel

L'exercice de l'intégralité des options conduirait à la création de 3 207 100 actions nouvelles, ce qui ferait passer le capital social de 131 888 690 actions au 31 décembre 2005 à 135 095 790 actions, soit une dilution potentielle maximale de 2,43 %

Toutefois, seuls les plans de souscription d'actions approuvés lors du conseil du 30 juin 2000 et du 7 juin 2001 ont pu faire en 2005 l'objet de l'exercice d'options de souscription.

Mais compte tenu du cours du titre M6 en 2005 (cours de clôture le 31/12/2005 : 23,40 €), les prix de souscription des options ont eu un effet dissuasif à leur exercice, réduisant d'autant l'éventualité d'une dilution du capital.

Capital potentiel en €								
Date de l'assemblée (autorisation)	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	28/04/2004	28/04/2004	Total des plans de souscription
Date du conseil (attribution)	30/06/00	7/06/01	7/06/02	25/07/03	14/11/03	28/04/04	2/06/05	
Bénéficiaires	84	146	123	119	1	135	136	
Nombre d'actions maximum pouvant être souscrites par exercice des options attribuées	218 800	377 300	557 500	625 500	20 000	772 500	635 500	3 207 100
Point de départ du délai d'exercice des options attribuées	30/06/04	7/06/05	7/06/06	25/07/07	14/11/07	29/04/06	2/06/09	
Date d'expiration des options	30/06/07	7/06/08	7/06/09	25/07/10	14/11/10	28/04/11	1/06/12	
Capital social potentiel sur la base des options exerçables	**87 520**	**150 920**	**223 000**	**250 200**	**8 000**	**309 000**	**254 200**	**1 282 840**
Prix de souscription	58,58	30,80	28,06	22,48	23,82	24,97	19,94	27,00[1]
Nombre d'actions composant le capital social	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Valeur nominale unitaire	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Capital social	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476
Nombre d'actions composant le capital social après exercice des options	132 107 490	132 265 990	132 446 190	132 514 190	131 908 690	132 661 190	132 524 190	135 095 790
Nouveau capital social après exercice des options	52 842 996	52 906 396	52 978 476	53 005 676	52 763 476	53 064 476	53 009 676	54 038 316
Dilution potentielle induite	**0,17 %**	**0,29 %**	**0,42 %**	**0,47 %**	**0,02 %**	**0,59 %**	**0,48 %**	**2,43 %**

(1) Prix de souscription pondéré

Capital autorisé non émis : délégations en cours de validité et utilisations de ces délégations
(article L.225-100 alinéa 7 du code de commerce)

	Montant nominal maximal des augmentations de capital	Montant nominal maximal des titres d'emprunt	Validité de l'autorisation	Durée restant à courir [1]	Assemblée Générale	N° de résolution
Emprunts obligataires (ne donnant pas accès au capital)	-	300 M€	5 ans	1 an	AGM 3/05/02	9
Augmentation du capital (par apport en numéraire ou par apport de titres) (Délégation globale de compétence au Directoire)	50 M€	-	26 mois	14 mois	AGM 28/04/05	12
Possibilité d'augmentation complémentaire du capital	[2]	-	26 mois	14 mois	AGM 28/04/05	13
Autorisation de supprimer le DPS[4] et faculté de prévoir un délai de priorité	[3]	-	26 mois	14 mois	AGM 28/04/05	14
Attribution gratuite d'actions (Délégation de pouvoirs au Directoire)	[5]	-	36 mois	24 mois	AGM 28/04/05	11
Plan d'options de souscripion d'actions (Délégation de pouvoirs au Directoire)	1 080 000,00 € (360 000 € / an)	-	3 ans	1 an	AGM 28/04/04	1

(1) À compter de l'AGM du 24/04/06 - (2) Dans la limite de 15 % de l'émission initiale - (3) Dans le plafond max.de la résolution 12 de l'AGM 28/04/05 - (4) D.P.S. : Droit Préférentiel de Souscription - (5) Dans la limite, pour chacun des trois prochains exercices, de 0,5 % du capital à la date d'attribution gratuite d'actions

Au cours de l'exercice écoulé, la société n'a utilisé aucune des délégations ci-dessus, à l'exception de celles concernant l'attribution gratuite d'actions (cf. point 12.6 du Rapport de gestion) et de l'attribution d'options de souscription d'actions (cf. point 12.5 du Rapport de gestion)..

Acquisition par Métropole Télévision de ses propres actions : délégations en cours de validité et utilisation de ces délégations

	Montant nominal maximal	Validité de l'autorisation	Durée restant à courir [1]	Assemblée Générale	N° de résolution
Programme de rachat d'actions propres	[2]	18 mois	18 mois	AGM 28/04/05	21
Réduction du capital par annulation d'actions propres	[2]	18 mois	18 mois	AGM 28/04/05	3

(1) À compter de l'AGM du 28/04/05

(2) Dans la limite de 10 % du capital.

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé l'autorisation d'achat des ses propres actions qui lui avait été accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005.
Cette autorisation a été uniquement utilisée dans le cadre du contrat de liquidité, conforme à la charte de déontologie de l'AFEI, dont la mise en œuvre a été confiée au prestataire de services d'investissement CA Chevreux le 15 décembre 2004.
Au cours de l'exercice 2005, le nombre d'actions achetées par le contrat s'est élevé à 672 861 au cours moyen de 21,35 € , et le nombre d'actions vendues de 716 876 titres au cours moyen de 21,61 €, soit un solde au 31 décembre 2005 de 28 000 actions et de 2 467 238,10 € en espèces.

Droits attachés aux actions

Toutes les actions sont de même catégorie et bénéficient des mêmes droits, tant dans la répartition des bénéfices que dans le boni de liquidation.
Chaque action donne droit à une voix lors de la tenue des assemblées. Il n'existe pas de droit de vote double.
Les dividendes et acomptes sur dividendes mis en paiement se prescrivent par 5 ans au profit de l'État.

Négociabilité des actions

Toutes les actions sont librement négociables sur l'Eurolist d'Euronext Paris.

Mode d'inscription des actions

Depuis l'introduction en Bourse, les actions sont inscrites au gré des propriétaires :
- en compte nominatif pur tenu par le CACEIS,
- en compte nominatif administré,
- au porteur identifiable chez un intermédiaire habilité.

Les actions sont admises aux opérations de EUROCLEAR-SICOVAM.

Identification des actionnaires

La société est autorisée à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires.

Retenues fiscales sur les dividendes

a) Résidents français personnes physiques

Les dividendes :

Les dividendes d'actions françaises distribués à des personnes physiques résidents français, à compter de 2006, sont pris en compte pour la détermination du revenu soumis:
- à l'impôt sur le revenu au barème progressif, à hauteur de 60 % de leur montant (après application de l'abattement de 40 % prévu à l'article 158-3 du CGI) ;
- aux contributions sociales à hauteur de 100 % de leur montant :
  - à la contribution sociale généralisée de 8,2 % (article 1600 - OE du CGI) ;
  - au prélèvement social de 2 % auquel s'ajoute une contribution additionnelle de 0,3 % ;
  - à la contribution au remboursement de la dette sociale de 0,5 %.

Par ailleurs, les dividendes bénéficient pour l'imposition sur le revenu d'un abattement global et annuel de 3 050 € pour les couples mariés ou partenaires d'un PACS soumis à une imposition commune et de 1 525 € pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées avec une imposition séparée.

Les plus-values :

Les plus-values de cession de titres de société sont, en règle général, imposables à l'impôt sur le revenu au taux de 27 % [1] soit :
- l'impôt sur le revenu au taux de 16 % (article 200 A 2e du CGI) ;
- la contribution sociale généralisée au taux de 8,2 %.
- le prélèvement social au taux de 2 %, auquel s'ajoute une contribution additionnelle de 0,3 %.
- la contribution au remboursement de la dette sociale au taux de 0,5 %.

b) Non-résidents français

Les dividendes distribués par les sociétés dont le siège social est situé en France font, en principe, l'objet d'une retenue à la source de 25 % lorsque le domicile fiscal ou le siège des bénéficiaires est situé hors de France. Mais cette retenue à la source peut être réduite, voire supprimée, en application de conventions fiscales internationales, les dividendes distribués aux sociétés mères d'États membres de la CE pouvant, sous certaines conditions, en être exonérés.

2.2.2. Fonds commun de placement et participation aux résultats

Fonds commun de placement en actions M6

Fonds commun de placement en actions M6, investi en actions Métropole Télévision, ce fonds a été créé en septembre 1994.
Au 31 décembre 2005, l'actif net du fonds, qui est exclusivement détenu par des collaborateurs du groupe, était de 2,914 M€ (1 478 porteurs de part - Cours de l'action : 25,25 €).
Le fonds représentait 0,1 % du capital social.

(1) Si le montant annuel des cessions de valeurs mobilières du foyer fiscal de l'actionnaire excède 15 000 € pour les opérations réalisées en 2006. Dans le cas contraire, la plus value est exonérée.

Participation aux résultats

Deux accords de participation sont en place : l'un pour les sociétés du pôle téléachat et l'autre pour Métropole Télévision et ses filiales. Ils permettent une mise en commun des réserves de participation des sociétés concernées pour chaque pôle, au profit de l'ensemble des collaborateurs. Cette répartition est réalisée à hauteur de 30 % en fonction du temps de présence au cours de l'exercice (minimum 3 mois), et à hauteur de 70 % en fonction de la rémunération annuelle (plafonnées à 124 272 €).

Acquisition d'actions destinées à être attribuées aux salariés dans le cadre de la participation des salariés aux résultats

(articles L.225-211 alinéa 2 et L.225-208 du code de commerce)

Néant.

Répartition des droits de vote

La répartition des droits de vote est identique à celle des actions sous réserve de l'article 35 des Statuts relatif à la limitation des droits de vote.

À la connaissance de la société, il n'existe pas de pacte d'actionnaires.

2.3. Renseignements concernant les filiales et participations de la société et des sociétés contrôlées

2.3.1. Accord d'actionnaires

Tous les accords pouvant exister concernant les filiales non détenues quasi majoritairement par M6, auxquels la société est partie, ont été examinés dans le cadre du choix des méthodes de consolidation ainsi que de l'établissement de la note sur les engagements hors bilan. Il n'existe pas dans ces accords de clause susceptible d'avoir un impact significatif sur le cours du titre Métropole Télévision.

M6 et TF1 ont conclu un accord d'actionnaires prévoyant que la gestion conjointe de TPS est assurée par TPS Gestion, gérant statutaire unique.

Le Conseil d'Administration de TPS Gestion est composé de 8 membres, dont 3 désignés par M6 et 5 désignés par TF1. Les décisions stratégiques essentielles à la réalisation des objectifs financiers et opérationnels de TPS sont prises à la majorité qualifiée de 75 % du Conseil d'Administration. Ces décisions comprennent notamment l'approbation du budget annuel de fonctionnement de TPS, les investissements ou dépenses représentant un engagement supérieur à 6 M€.

La signature du Protocole entre TF1-M6 et Vivendi Universal ne mets pas fin aux accords d'actionnaires existants, tant que l'opération de rapprochement de TPS avec le Groupe Canal Plus n'est pas finalisée après autorisation des autorités de concurrence.

2.3.2. Prises de participation directes supérieures au vingtième, au dixième, au cinquième, au tiers, ou de la moitié du capital et prises de contrôle (Art.L 233-6 du Code de Commerce)

Le tableau ci-dessous énumère conformément aux dispositions légales, les informations suivantes :

Dénomination	Date	Forme Juridique	Directe	Indirecte	Total
Société Nouvelle de Cinématographie	28/04/05	SAS	100 %		100 %
CITATO	01/08/05	SARL		80 %	80 %
MISTERGOODDEAL	15/11/05	SA		95 %	95 %
LABO PRODUCTION	24/11/05	SARL	25,50 %	74,50 % *	100 %

** En novembre 2005, Studio 89 Productions a pris une participation de 49 % dans Labo Production SARL, détenue par ailleurs à 51 % par le groupe M6.*

2.3.3. Informations sur les relations de Métropole Télévision avec ses filiales et avec son principal actionnaire

La société Métropole Télévision a une activité économique propre et définit également les principales orientations stratégiques de son groupe.

Elle anime les différentes entités du Groupe dans un cadre qu'elle fixe et définit :

- par les orientations données aux activités du groupe
- par les spécificités induites par chacun des trois grands métiers du Groupe que sont la Télévision gratuite, la Télévision numérique et les Diversifications
- par la mise à disposition d'un certain nombre d'activités fonctionnelles (Direction Financière, Services Généraux, Ressources humaines, Direction Juridique, Service informatique, Communication interne…) qui s'appliquent de manière transversale à l'ensemble du groupe. Ces responsabilités fonctionnelles sont exercées via des filières d'experts intégrés au sein de chaque métier du groupe. Cette mise à disposition est formalisée par des Conventions d'assistance technique facturée à chaque filiale.

D'un point de vue financier

La centralisation de trésorerie permet à Métropole Télévision de gérer et de consolider la trésorerie de la plupart des filiales du Groupe permettant ainsi une optimisation de la trésorerie Groupe bénéfique à chaque entité.

À compter de décembre 2003, les actionnaires de TPS (M6 et TF1) se sont substitués aux banques pour assurer les besoins de financement de TPS à travers des comptes courants actionnaires.

Au terme d'une convention de placement de trésorerie signée entre Immobilière Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision en date du 1er décembre 2005, la société Métropole Télévision a la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à l'Immobilière Bayard d'Antin SA soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder 3 mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions du marché. Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision, le placement à l'Immobilière Bayard d'Antin SA ne pourra excéder 20 % des liquidités bancaires du groupe Métropole Télévision.

La société Métropole Télévision est mère d'un groupe intégré fiscalement au sens des dispositions de l'article 223 A du Code Général des Impôts.

Au 31 décembre 2005, les filiales et participations du Groupe Métropole Télévision sont au nombre de 71, réparties en :

- filiales significatives consolidées (25),
- filiales non significatives consolidées (40),
- filiales non consolidées (6).

Membre du Directoire Responsable du pôle	Filiales significatives consolidées (25)	Implantation géographique	Prêt / garantie	Centralisation de trésorerie	Flux divers significatifs*	Participation (arrondi)	Impact des intérêts minoritaires
				Flux financiers avec Métropole Télévision			
TÉLÉVISION GRATUITE							
Catherine Lenoble	M6 Publicité	France		oui	- rémunération Régie	100 %	-
Thomas Valentin	M6 Films	France		oui	NS	100 %	-
	Métropole Production	France		oui	- achats de droits - prestations ou assistance techniques	100 %	-
	C. Productions	France		oui	- achats de droits	100 %	-
	Studio 89 Productions	France		oui	- achats de droits	100 %	-
	W9 Productions	France		oui	- achats de droits	100 %	-
CHAINES NUMÉRIQUES							
Jean d'Arthuys	M6 Thématique	France		oui	NS	100 %	-
	Extension TV - Série Club	France		oui	NS	50 %	-
	Fun TV	France		oui	NS	100 %	-
	Paris Première	France		oui	NS	100 %	-
	TF6 SCS	France			NS	50 %	-
	EDI TV – W9	France		oui	NS	100 %	
	M6 communication (M6 Music Black - Rock - Hit)	France		oui	NS	100 %	
	SediTV - Téva	France		oui	NS	51 %	Pas d'impact particulier
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS							
Nicolas de Tavernost	Football Club des Girondins de Bordeaux	France		oui	NS	99,76 %	Pas d'impact particulier
	Home Shopping Service	France		oui	NS	100 %	-
	M6 Éditions	France		oui	- publicité	100 %	-
	M6 Événements	France		oui	NS	100 %	-
	Société Nouvelle de Distribution	France		oui	- achats de droits	100 %	
	Société Nouvelle de Cinématographie	France		oui	NS	100 %	
	M6 Interactions	France		oui	- publicité	100 %	-
	M6 Web	France		oui	- publicité	100 %	-
	TCM Droits Audiovisuels	France			- achats de droits	50 %	-
	Mistergooddeal	France			NS	95 %	Pas d'impact particulier
	TPS	France	oui		- publicité	34 %	-

** Flux supérieurs à 500 K€*

Du fait de leurs activités individuelles, les flux existants entre les sociétés ci-après et Métropole Télévision n'ont pas un caractère significatif.

Filiales non significatives consolidées (40)	Participation (arrondi)	Filiales non significatives consolidées (40)	Participation (arrondi)
M6 Numérique [1]	100 %	Culture Mag Éditions [1]	90 %
M6 Studio [1]	100 %	Immobilière M6 [1]	100 %
M6 Toulouse [1]	100 %	Live stage [1]	99 %
Mandarin [1]	100 %	M6 Bordeaux [1]	100 %
SCI du 107 [1]	100 %	M6 Diffusion [1]	100 %
TF6 Gestion	50 %	M6 Foot [1]	100 %
LABO Production	100 %	M6 Création	100 %
M6 Opérations	100 %	Multiplex R4	58 %
CITATO	80 %	M6 Développement	100 %
M6 Affaires	100 %		
Sous-Groupe TPS [3]		Sous-Groupe HSS :	
Multivision	34 %	Boutique du Monde [2]	100 %
TPS Cinéfaz	34 %	Club Téléachat [2]	100 %
TPS Cinéstar	34 %	HSS Belgique	100 %
TPS Cinétoile	34 %	HSS Hongrie	100 %
TPS Cinéma	34 %	SETV Belgique	100 %
TPS Entreprises	34 %	Tecipress [2]	100 %
TPS Foot	34 %	Télévente promotion [2]	100 %
TPS Interactif	34 %	Unité 15 Belgique	100 %
TPS Jeunesse	34 %	Unité 15 France [2]	100 %
TPS Motivation	34 %		
TPS Sport	34 %		
TPS Terminaux	34 %		

(1) Centralisation de trésorerie M6 - (2) Cash pooling HSS / M6 - (3) Compte-courant d'actionnaire TPS / M6

Filiales non consolidées (6)	Participation (arrondi)
Newsports	2 %
ENEX	20 %
Métropolest	50 %
PINK TV	9 %
TCM Gestion	50 %
TPS Gestion	34 %

2.4. Autres informations relatives aux comptes sociaux

2.4.1. Informations fiscales

Comptes au 31.12.2005	Montant (K€)
Montant global des dépenses et charges exclues des charges déductibles (Article 39-4 du CGI)	20,8
Montant global des jetons de présence exclus des charges déductibles (Article 210 sexies du CGI)	0
> Rémunérations et autres charges afférentes aux personnes les mieux rémunérées	4557,6
> Cadeaux et frais de réception	386,8
Montant des dépenses figurant sur le relevé spécial des Frais Généraux (Article 223 quinquies du CGI)	
> Montant des dépenses susvisées réintégrées dans les bénéfices imposables	20,8

2.4.2. Informations sociales

La société tient à la disposition de tout actionnaire qui en ferait la demande le bilan social prévu par les articles L.438-1 et suivants du Code du Travail.

3. Assemblée Générale

3.1. Déroulement et ordre du jour de l'Assemblée Générale Mixte du 24 avril 2006

• Présentation du rapport du Directoire

• Présentation des observations du Conseil de Surveillance

• Lecture des rapports des Commissaires aux Comptes :

- Rapport sur les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2005

- Rapport général sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005

- Rapport établi en application de l'article L.225-235 du Code de commerce sur le rapport du Président du Conseil de surveillance de la société Métropole Télévision, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

- Rapport spécial sur les conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce

- Rapport spécial sur la réduction de capital par annulation d'actions achetées

• Vote des résolutions :

De la compétence de l'Assemblée Générale à caractère Ordinaire

• N° 1 : Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2005
• N° 2 : Approbation des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce
• N° 3 : Affectation du résultat de l'exercice et fixation du montant du dividende
• N° 4 : Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2005
• N° 5 et 6 : Ratification de la cooptation de membres du Conseil de surveillance
• N° 7 : Autorisation à donner au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la société
• N° 8 : Autorisation à donner au Directoire à l'effet d'émettre des obligations

De la compétence de l'Assemblée Générale à caractère Extraordinaire

• N° 9 : Autorisation à conférer au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions
• N° 10 : Pouvoirs en vue des formalités.

3.2. Rapport du Directoire à l'Assemblée Générale Mixte

Mesdames, Messieurs,

Résolutions de la compétence de l'Assemblée Générale Ordinaire

Nous vous avons convoqués en Assemblée Générale Ordinaire pour soumettre à votre approbation :

• En 1re résolution, les comptes et opérations de l'exercice 2005 qui vous auront été présentés, ainsi que les dépenses et charges visées à l'article 39-4 du Code Général des Impôts.

• En 2e résolution, les conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce résumées dans le Rapport spécial des Commissaires aux comptes. Ce Rapport spécial est joint au document de référence. Deux nouvelles conventions ont été autorisées au cours de l'exercice avec la société Immobilière Bayard d'Antin SA concernant l'acquisition d'une société dénommée Société Nouvelle de Cinématographie et la signature d'une convention de placement de trésorerie.

• En 3e résolution, l'affectation du résultat de l'exercice de 166 217 030 € auquel s'ajoute le report à nouveau de l'exercice précédent de 429 130 207,95 €, soit un montant total distribuable de 595 347 237,99 €, avec la fixation du montant du dividende à 0,95 € par action et le report à nouveau du solde de 470 052 982,49 €.

• En 4e résolution, les comptes consolidés clos le 31 décembre 2005 tels qu'ils vous auront été présentés.

• En 5e et 6e résolutions, la ratification de la cooptation de Ignace Van Meenen et Constantin Lange en qualité de membres du Conseil de Surveillance en remplacement de Jean-Charles de Keyser et Thomas Rabe, démissionnaires, pour la durée restant à courir du mandat de leur prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

• En 7e résolution, après avoir pris connaissance du rapport du Directoire établi conformément aux dispositions de l'article L.225-209 al. 2 du Code de commerce, l'autorisation à donner au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la société aux conditions suivantes :
• prix maximum d'achat : 40 €
• détention maximum : 10 % du capital
• durée maximum: 18 mois
• Montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat limité au montant des réserves libres : 507 786 907 €.

L'acquisition, la cession, le transfert ou l'échange de ces actions pourront être effectuées par tous moyens, notamment sur le marché ou hors marché, ou de gré à gré, et le cas échéant, via des combinaisons d'instruments dérivés ; la part pouvant être réalisée par négociations en blocs n'est pas limitée et pourra représenter la totalité du programme.
Ces opérations pourront être effectuées à tout moment, y compris en période d'offre publique dans la limite de la réglementation boursière en vigueur.

• En 8e résolution, l'autorisation à donner au Directoire, pour une durée de 5 ans, à l'effet d'émettre un ou plusieurs emprunts obligataires à concurrence de 300 millions d'euros.

Cette autorisation se substituera à la précédente autorisation donnée par l'Assemblée Générale du 3 mai 2002.

Résolutions de la compétence de l'Assemblée Générale Extraordinaire

Nous vous avons convoqués en Assemblée Générale Extraordinaire pour soumettre à votre approbation :

• En 9e résolution, une délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions propres acquises par la société elle-même dans la limite de 10 % de son montant, sous réserve de votre approbation du plan de rachat d'actions visé à la 7e résolution.

Enfin, nous soumettrons à votre approbation :

• En 10e résolution, une délégation à donner concernant les pouvoirs pour les formalités.

Nous espérons que ces propositions recevront votre agrément.

Neuilly sur Seine, le 7 mars 2006

3.3. Observations du Conseil de Surveillance sur le Rapport du Directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice 2005

Mesdames, Messieurs,

Nous vous rappelons qu'en application de l'article L. 225-68 du Code de commerce, le Conseil de Surveillance doit présenter à l'Assemblée Générale annuelle des actionnaires ses observations sur les comptes annuels arrêtés par le Directoire, ainsi que sur le Rapport de gestion soumis à l'Assemblée Générale.

Nous vous précisons que les comptes annuels de l'exercice 2005 et le Rapport de gestion ont été communiqués au Conseil de Surveillance dans les délais prévus par les dispositions légales et réglementaires.

Le Conseil de Surveillance dans sa séance du 7 mars 2006, a examiné le rapport présenté par le Directoire à l'Assemblée Générale ainsi que les comptes de l'exercice 2005, en présence des Commissaires aux comptes.

Ces comptes avaient été arrêtés par le Directoire, les Commissaires aux comptes ayant indiqué qu'ils les certifieraient sans observation.

Le résultat net part du Groupe s'est élevé à 156,2 M€ en augmentation de 21,3 %, pour un chiffre d'affaires de 1 274,78 M€, en progression de 6,4 %. Le chiffre d'affaires de la publicité représente 49,1 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe et progresse de 4 %. Le résultat net courant part du Groupe s'élève à 244 M€.

La capacité d'autofinancement avant impôt s'élève à 324,8 M€. Le montant des fonds propres totaux s'établit à 504,1 M€.

Les comptes sociaux de Métropole Télévision font apparaître un résultat net positif de 166 217 030 € permettant de proposer un dividende net par action de 0,95 €.

Par ailleurs, le Conseil de Surveillance reconnaît avoir eu connaissance des comptes consolidés.

Compte tenu de ce qui précède, nous n'avons aucune observation particulière à formuler, tant en ce qui concerne le Rapport de gestion du Directoire que les comptes de l'exercice 2005.

À tout moment, le Conseil de Surveillance a été en mesure d'exercer sa mission de contrôle de la gestion du Groupe par le Directoire. Celui-ci l'a informé en temps utiles de toutes les évolutions importantes du Groupe.

Neuilly sur Seine, le 7 mars 2006

3.4. Rapport des commissaires aux comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Immeuble KPMG - 1, cours Valmy
92923 Paris la Défense Cedex

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young
41, rue Ybry
92000 Neuilly-sur-Seine

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles

Métropole Télévision S.A.

Siège social : 89, avenue Charles de Gaulle – 92 200 Neuilly-sur-Seine
Capital social : 52 7 55 476

Exercice clos le 31 décembre 2005

Rapport des commissaires aux comptes
sur la réduction de capital par annulation d'actions achetées

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Métropole Télévision, et en exécution de la mission prévue à l'article L. 225-209, al. 7, du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L. 225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée, par ailleurs, à l'approbation de votre assemblée générale et serait donnée pour une période de 18 mois.

Votre directoire vous demande de lui déléguer, pour une période de 18 mois, au titre de la mise en oeuvre de l'autorisation d'achat par votre société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de 18 mois, les actions ainsi achetées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre société, de ses propres actions.

Paris la Défense, Neuilly sur Seine, le 4 avril 2006

Les Commissaires aux Comptes

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Frédéric Quélin - Associé

Grégoire Menou - Associé

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Ernst & Young

Bruno Bizet - Associé

3.5. Texte des résolutions

3.5.1. soumises au vote de l'assemblée générale à titre ordinaire

1re Résolution

(Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2005)

L' Assemblée Générale Ordinaire, après avoir pris connaissance du Rapport de gestion établi par le Directoire et des Rapports des Commissaires aux comptes ainsi que des observations du Conseil de Surveillance :

• approuve les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2005 tels qu'ils sont présentés, et qui font apparaître un bénéfice de 166 217 030 € ;

• approuve de ce fait les opérations traduites dans ces comptes et/ou résumées dans ces rapports ;

• approuve, en application de l'article 223 quater du Code Général des Impôts, les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code qui s'élèvent à 20 776 € et la charge d'impôt correspondante de 7 257 €.

2e Résolution

(Rapport spécial des Commissaires aux Comptes)

L'Assemblée Générale Ordinaire après avoir entendu la lecture du Rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions visées à l'article L 225.86 du Code de commerce, approuve les conclusions dudit rapport et les nouvelles conventions dont il est fait état.

3e Résolution

(Affectation des résultats et fixation du montant du dividende)

	En €
Le résultat de l'exercice s'élève à	166 217 030,04
Le report à nouveau de l'exercice précédent s'élève à	429 130 207,95
Montant total distribuable	**595 347 237,99**
Il est proposé :	
De mettre en paiement un dividende de 0,95 € par action pour chacune des 131 888 690 actions composant le capital	125 294 255,50
De reporter à nouveau le solde de	470 052 982,49

L'Assemblée Générale Ordinaire approuve l'affectation des résultats proposée par le Directoire et fixe, en conséquence, le dividende de l'exercice 2005 à 0,95 € par action.

Les sommes distribuées sont éligibles à l'abattement de 40 %, conformément aux dispositions de l'article 158-3 du Code général des impôts, pour les actionnaires pouvant y prétendre.

Le dividende sera mis en paiement le 28 avril 2006.

Il est précisé qu'au cas où, lors de cette mise en paiement, la société détiendrait certaines de ses propres actions, la somme correspondant aux dividendes non versés à hauteur de ces actions, en application de l'article L 225-210 alinéa 4 du Code de commerce, serait affectée au compte report à nouveau.

Conformément à l'article 243 bis du Code général des Impôts, il est mentionné ci-après le montant des dividendes mis en paiement au titre des trois exercices précédents dont l'Assemblée Générale prend acte, étant précisé qu'il n'existe pas d'autres revenus distribués (cf tableau ci dessous).

Au titre de l'exercice	Dividende distribué par action	Dividende distribué par action éligible à l'abattement	Montant global de la distribution éligible à l'abattement
2002	0,57 €	NA	NA
2003	0,67 €	NA	NA
2004	0,84 €	0,84 €	110 786 499,60 €

4e Résolution

(Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2005)

L'Assemblée Générale Ordinaire, après avoir entendu la lecture du rapport du Directoire sur la gestion du Groupe dans le Rapport de gestion, des observations du Conseil de surveillance, du rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2005 établis conformément aux dispositions des articles L.233-16 et suivants du Code de commerce, tels qu'ils lui ont été présentés et qui font apparaître un bénéfice de 156,2 M€.

5e Résolution

(Ratification de la cooptation d'un membre du Conseil de surveillance)

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de M. Ignace Van Meenen, en qualité de membre du Conseil de Surveillance, faite à titre provisoire par le Conseil de Surveillance en date du 31 janvier 2006, en remplacement de M. Jean-Charles de Keyser, démissionnaire, pour la durée restant à courir du mandat de ce dernier, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

6e Résolution

(Ratification de la cooptation d'un membre du Conseil de surveillance)

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de M. Constantin Lange, en qualité de membre du Conseil de Surveillance, faite à titre provisoire par le Conseil de Surveillance en date du 7 mars 2006, en remplacement de M. Thomas Rabe, démissionnaire, pour la durée restant à courir du mandat de ce dernier, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

7e Résolution

(Autorisation donnée au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la société)

L'assemblée générale, connaissance prise du rapport du Directoire, autorise le Directoire conformément aux dispositions de l'article L. 225-209 et suivants du Code de commerce, à acheter, en une ou plusieurs fois, un nombre d'actions représentant au maximum 10 % du capital de la société à la date de mise en œuvre du programme de rachat d'actions.
La présente autorisation a pour objet de permettre à la société d'utiliser les possibilités d'intervention sur actions propres prévues par la loi en vue :

- d'attribuer ses actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières tels que conversion, exercice, remboursement ou échange, dans le cadre de la réglementation boursière, et également aux salariés et dirigeants de la société et de son groupe, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions ou de l'attribution gratuite d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise, ou de toute autre modalité prévue par la législation en vigueur ;
- d'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par un prestataire de services d'investissement agissant de manière indépendante dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ;
- d'utiliser tout ou partie des actions acquises pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;
- de les annuler, sous réserve de l'adoption de la 9e résolution par l'assemblée générale mixte des actionnaires.

Ces achats d'actions pourront être opérés par tous moyens, y compris de gré à gré et par bloc d'actions ou par l'utilisation d'instruments financiers dérivés. Par ailleurs, et aux époques que le Directoire appréciera, les actions acquises pourront être cédées ou transférées par tous moyens.

L'assemblée générale fixe à 40 € par action le prix maximum d'achat. L'assemblée fixe le nombre d'actions pouvant être acquises à 10 % au plus du capital social. Toutefois, le nombre d'actions acquises par la société en vue de leur conservation et de leur remise ultérieure en paiement ou en échange dans le cadre d'une opération de fusion, de scission ou d'apport ne pourra excéder 5 % de son capital. Le pourcentage du capital s'applique à un capital ajusté en fonction des opérations l'affectant postérieurement à la présente assemblée générale. Le montant total que la société pourra consacrer au rachat de ses propres actions ne pourra pas dépasser 507 786 907 €. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution de titres gratuits ainsi qu'en cas, soit d'une division, soit d'un regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.
L'assemblée générale décide que la présente autorisation pourra être utilisée y compris en période d'offre publique d'achat et/ou d'échange ainsi que de garantie de cours, dans le respect de la réglementation en vigueur.

La présente autorisation est donnée pour une durée qui pren-

dra fin lors de la prochaine assemblée générale annuelle d'approbation des comptes sans toutefois excéder une durée maximum de dix huit mois. Tous pouvoirs sont conférés au Directoire avec faculté de subdélégation, pour passer tous ordres de bourse, conclure tous accords, établir tous documents, notamment d'information, effectuer toutes formalités et toutes déclarations auprès de tous organismes et d'une manière générale, faire tout ce qui est nécessaire.

8e Résolution

(Autorisation donnée au Directoire à l'effet d'émettre des obligations)

L'assemblée générale, après avoir entendu la lecture du rapport du Directoire, autorise ce dernier, à procéder, sur ses seules délibérations, en une ou plusieurs fois, à la création et à l'émission, en France et/ou à l'étranger, d'obligations subordonnées ou non, à durée déterminée ou indéterminée, ou de bons de souscription d'obligations libellés en euros ou en devises étrangères, soit en toute autre unités monétaire établie par référence à plusieurs devises, les obligations pouvant éventuellement être assorties de bons de souscription d'obligations de même type, jusqu'à concurrence d'un montant nominal de trois cent millions d'euros (300 000 000 euros), ou d'une contre-valeur équivalente en toute autre monnaie, avec ou sans garantie, dans les proportions, sous les formes et aux époques, taux et conditions d'émission et d'amortissement qu'il jugera convenables ; le montant nominal ci-dessus s'appliquant globalement aux obligations émises directement ou à la suite de l'exercice de bons de souscriptions.

L'assemblée confère tous pouvoirs au Directoire en vue de l'émission de ce ou ces emprunts, notamment pour fixer les caractéristiques des obligations ou des bons, qui pourront comporter un taux d'intérêt variable et une prime de remboursement, au-dessus du pair, fixe ou variable, ladite prime s'ajoutant au montant maximum fixé, ci dessus.
Le Directoire pourra déléguer à son Président ou à tout membre du Directoire de son choix les pouvoirs ci-dessus conférés, à charge d'en rendre compte.

Cette autorisation est donnée pour cinq ans.

3.5.2. soumises au vote de l'assemblée générale à titre extraordinaire

9e Résolution

(Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions)

L'Assemblée Générale Extraordinaire, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport des Commissaires aux Comptes, et sous réserve de l'adoption de la 7e résolution, autorise le Directoire à réduire le capital social par voie de l'annulation de tout ou partie des actions de la société qu'elle pourrait être amenée à détenir par suite notamment d'acquisitions effectuées dans le cadre de la 7e résolution et dans la limite de 10 % du capital de la société.
L'Assemblée Générale Extraordinaire donne tous pouvoirs au Directoire pour apporter aux statuts les modifications nécessaires en cas d'utilisation de la présente autorisation ainsi que pour procéder à toutes informations, publications ou formalités nécessaires.
Cette autorisation expirera à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2006.

10e Résolution

(Pouvoirs pour les formalités)

L'Assemblée Générale Mixte donne tous pouvoirs au porteur de copies ou d'extraits certifiés conformes du procès-verbal de la présente réunion pour effectuer tous dépôts et publicités et accomplir toutes formalités légales et administratives partout où besoin sera, conformément à la loi.

Responsable du document de référence

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous avons obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de référence.

Fait à Neuilly sur Seine le 4 avril 2006

Nicolas de Tavernost
Président du Directoire

Responsables de l'information financière

Jérôme Lefébure
Directeur Administratif et Financier
Tel : 01 41 92 64 30
Fax : 01 41 92 64 59
E-mail : jlefebure@m6.fr

Jean-Marc Duplaix
Directeur Administratif et Financier Adjoint
Tel : 01 41 92 57 94
Fax : 01 41 92 64 59
E-mail : jmduplaix@m6.fr

Informations incluses par référence

Les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent document de référence :

• les comptes consolidés et sociaux de l'exercice 2003 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des contrôleurs légaux y afférent, figurant respectivement en pages 32 à 55 et 56 à 72 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 14 avril 2004 sous le numéro D.04-0479.
• les comptes consolidés et sociaux de l'exercice 2004 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des contrôleurs légaux y afférent, figurant en pages 106 à 133 et 134 à 154 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés le 14 avril 2005 sous le numéro D.05-0428.

Table de concordance AMF

1. PERSONNES RESPONSABLES
Attestation du responsable du document de référence 243

2. CONTRÔLEURS LÉGAUX DES COMPTES
Coordonnées et attestations des contrôleurs légaux des comptes ... 178-179, 200-202, 216

3. INFORMATIONS FINANCIÈRES SÉLECTIONNÉES
3.1. Informations historiques 8-9, 72-122, 124-202
3.2. Informations intermédiaires ..... N/A

4. FACTEURS DE RISQUE
4.1. Facteurs de risques 111
- Risques de marché (liquidité, taux, change, portefeuille actions) 111-113
- Risques particuliers liés à l'activité (dont dépendance à l'égard de fournisseurs, clients, sous-traitants, contrats, procédés de fabrication...) 111
- Risques juridiques (réglementation particulière, concessions, brevets, licences, litiges significatifs, faits exceptionnels...) 113-114, 119
- Risques industriels et liés à l'environnement 114-115

4.2. Assurances et couverture des risques 115-116

5. INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉMETTEUR
5.1. Histoire et évolution de la société 5, 224
5.2. Investissements 95

6. APERÇU DES ACTIVITÉS
6.1. Principales activités 12-71
6.2. Principaux marchés 14-15, 44-47, 59, 62-63, 65, 67
6.3. Événements exceptionnels ..... N/A
6.4. Dépendance éventuelle 111
6.5. Eléments fondateurs de toute déclaration de l'émetteur concernant sa position concurrentielle 12-15, 44-47, 59, 62-63, 65-67

7. ORGANIGRAMME
Organisation du Groupe (relation mère et filiales, information sur les filiales) .. 74, 110, 233-235

8. PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET ÉQUIPEMENTS
8.1. Immobilisations corporelles importantes existantes ou planifiées ..... N/A
8.2. Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation des immobilisations corporelles ..... N/A

9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RÉSULTAT
9.1. Situation financière 72-202
9.2. Résultat d'exploitation 72-202

10. TRÉSORERIE ET CAPITAUX
10.1. Capitaux de l'émetteur (à court terme et à long terme) 93-94, 124-125, 128, 162
10.2. Source et montant des flux de trésorerie 94, 127, 183
10.3. Conditions d'emprunt et la structure de financement 93-95, 163
10.4. Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations du Groupe ..... N/A
10.5. Sources de financement attendues ..... N/A

11. RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES 95

12. INFORMATION SUR LES TENDANCES 96

13. PRÉVISIONS OU ESTIMATIONS DU BÉNÉFICE ..... N/A

14. ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GÉNÉRALE

14.1. Composition des organes d'administration, de direction, de surveillance. Composition des comités. 204, 206-213, 215-216

14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale 216

15. RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES

15.1. Montant de la rémunération versée et des avantages en nature octroyés par le Groupe et ses filiales. 106

15.2. Montant total des sommes provisionnées ou constatées aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages 107, 159

16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

16.1. Dates d'expiration des mandats actuels des organes d'administration, de direction et de surveillance. 204, 206, 216

16.2. Contrats de services liant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance 216

16.3. Informations sur le comité d'audit et le comité des rémunérations 215-216

16.4. Gouvernement d'entreprise 204-223

17. SALARIÉS

17.1. Effectif à la fin de la période 116

17.2. Participations et stock-options 103-105, 117, 158

17.3. Participation des salariés dans le capital 109

18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social ou des droits de vote. 109

18.2. Existence de droits de vote différents. 109, 225

18.3. Contrôle de l'emetteur 109

18.4. Accord, connu de l'émetteur, dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure, entraîner un changement de son contrôle ..... N/A

19. OPÉRATIONS AVEC DES APPARENTÉS 110, 166, 223

20. INFORMATIONS FINANCIÈRES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR

20.1. Informations financières historiques 123-199

20.2. Informations financières pro forma. ..... N/A

20.3. États financiers 123-199

20.4. Vérification des informations financières historiques annuelles 178-179, 200-202

20.5. Date des dernières informations financières 121

20.6. Informations financières intermédiaires et autres ..... N/A

20.7. Politique de distribution des dividendes 108, 197

20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage 119

20.9. Changement significatif de la situation financière ou commerciale ..... N/A

21. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

21.1. Capital social 227-232

21.2. Acte constitutif et statuts 224-225

22. CONTRATS IMPORTANTS 116

23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DÉCLARATIONS D'EXPERTS ET DÉCLARATIONS D'INTÉRÊTS ..... N/A

24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC 7

25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS 157, 198

AMF | AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 5 avril 2006, conformément à l'article 212-13 du règlement général de l'AMF. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF.

Crédits

Rédaction :
Direction de la communication

Création et réalisation :
Erwann Kervadec Design

Crédits photo :
• M6 : Christophe Geral/Pascalito/Pierre Olivier/Jacques Morell/Eric Fougère/Franck Camhi/Stéphane Masson/Pierre Guibert
• A la vie production : Bernard Fau
• Girondins de Bordeaux : Dominique Lelann • Olympique de Marseille : Meryl diffusion • M6 Mobile • Visual Press Agency • Paramount International television • TFM distribution • 2002 Lucasfilm Ltd. All rights reserved. Digital work by ILM
• Paris Première : François darmigny
• The Twentieth Century Fox International • Teva : Mathilde L'Ecotay
• TF6 : Philippe Kerlo • Dreamworks
• M6 Interaction • SND • TPS • DR

Métropole Télévision
Société anonyme à Directoire
et Conseil de Surveillance
au capital de 52 755 476 €
89, avenue Charles de Gaulle,
92575 Neuilly-sur-Seine cedex
Téléphone : 01 41 92 66 66
Télécopieur : 01 41 92 66 10
Internet : http://www.m6.fr