

## RESULTATS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2015

**Chiffre d'affaires consolidé stable : 1 249,8 M€ (-0,6%)**

**Chiffre d'affaires publicitaire en hausse : 813,9 M€ (+2,1%)**

**Résultat opérationnel courant (EBITA) : 200,2 M€ (-3,5%)**

**Marge opérationnelle courante (EBITA/CA) : 16,0%**

Le Conseil de Surveillance, réuni le 23 février 2016, a examiné les comptes de l'exercice 2015 arrêtés préalablement par le Directoire.

en M€<sup>1</sup>

	2015	2014	% variation
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 249,8</b>	<b>1 257,9</b>	<b>-0,6%</b>
Revenus publicitaires Groupe	813,9	796,9	+2,1%
- dont revenus publicitaires chaînes gratuites	762,0	750,1	+1,6%
- dont autres revenus publicitaires	52,0	46,9	+10,9%
Revenus non publicitaires Groupe	435,9	461,0	-5,4%
<b>Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé</b>	<b>200,2</b>	<b>207,5</b>	<b>-3,5%</b>
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-1,1	-0,3	n.s
<b>Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies</b>	<b>199,1</b>	<b>207,1</b>	<b>-3,9%</b>
Résultat financier	2,0	3,7	-44,5%
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	0,9	-0,2	n.s
Impôts sur le résultat	-87,1	-87,4	-0,3%
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>114,9</b>	<b>123,2</b>	<b>-6,8%</b>
Résultat net des activités abandonnées	0,0	0,0	n.s
<b>Résultat net de la période</b>	<b>114,9</b>	<b>123,2</b>	<b>-6,8%</b>
Résultat net de la période attribuable au Groupe	115,0	123,4	-6,8%

En 2015, le Groupe M6 réalise un **chiffre d'affaires consolidé de 1 249,8 M€ (-0,6%)**, la bonne dynamique des activités publicitaires, dont les revenus progressent de +2,1%, étant compensée par la baisse des revenus non publicitaires (Production et droits audiovisuels principalement).

Sur l'année l'**EBITA du Groupe s'élève à 200,2 M€ (-3,5%)**. L'activité TV voit son résultat opérationnel progresser fortement grâce aux solides performances publicitaires, tirées par les gains de part d'audience des chaînes du Groupe.

En conséquence **la marge opérationnelle courante consolidée atteint 16,0%** (vs.16,5% en 2014).

**Le résultat financier de +2,0 M€** (vs. +3,7 M€ au 31 décembre 2014) reflète la baisse du rendement des placements de trésorerie ainsi que le recul du montant moyen placé.

Les impôts sur le résultat s'élèvent à -87,1 M€, en diminution de -0,3 M€. Les effets de la baisse du résultat opérationnel sont en effet presque totalement compensés par un effet non-récurrent sur les impôts différés et autres taxes.

<sup>1</sup> L'information présentée vise à faire ressortir la répartition du chiffre d'affaires consolidé en fonction des recettes publicitaires et non publicitaires. Les recettes publicitaires du groupe incluent le chiffre d'affaires des chaînes de télévision gratuite M6, W9 et 6ter, la part publicitaire des recettes des chaînes payantes, et la part publicitaire de chiffre d'affaires des activités de diversifications (support Internet essentiellement).

Le résultat opérationnel courant (ou EBITA) se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des amortissements et perte de valeur des actifs incorporels (à l'exception des droits audiovisuels) liés aux acquisitions et résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.

Le résultat net de la période se monte à **114,9 M€** contre 123,2 M€ en 2014.

En application d'IFRS 8, l'information sectorielle du Groupe est organisée en 3 secteurs d'activité, dont la contribution au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant consolidés est donnée ci-après :

en M€	9 mois			4 <sup>ème</sup> trimestre			Total année		
	2015	2014 r	%	2015	2014 r	%	2015	2014	%
TV	581,7	575,7	+1,0%	240,4	237,5	+1,2%	822,1	813,2	+1,1%
Production & Droits audiovisuels	70,5	81,1	-13,0%	23,1	30,3	-23,6%	93,6	111,4	-15,9%
Diversifications	242,8	241,5	+0,5%	91,0	91,5	-0,6%	333,7	333,0	+0,2%
Autres CA	0,3	0,3	n.s	0,1	0,2	n.s	0,4	0,4	n.s
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>895,2</b>	<b>898,5</b>	<b>-0,4%</b>	<b>354,6</b>	<b>359,4</b>	<b>-1,4%</b>	<b>1 249,8</b>	<b>1 257,9</b>	<b>-0,6%</b>
TV	-	-	-	-	-	-	155,7	144,0	+8,1%
Production & Droits audiovisuels	-	-	-	-	-	-	7,0	10,3	-31,8%
Diversifications	-	-	-	-	-	-	42,8	55,6	-23,0%
Eliminations et résultats non affectés	-	-	-	-	-	-	-5,3	-2,4	n.s
<b>Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)</b>	<b>133,1</b>	<b>140,2</b>	<b>-5,0%</b>	<b>67,1</b>	<b>67,3</b>	<b>-0,3%</b>	<b>200,2</b>	<b>207,5</b>	<b>-3,5%</b>

## ■ TELEVISION

Les chaînes gratuites du Groupe M6 réalisent sur l'ensemble de l'année une **part d'audience moyenne de 13,6%, en hausse (+0,2 pt sur un an)** (4 ans et plus, *source Médiamétrie*), et de **21,3% sur la cible commerciale (+0,5 pt sur un an)** (FRDA-50, *source Médiamétrie*), lui permettant de se positionner comme le seul groupe historique à progresser sur cette cible :

- **la chaîne M6 a maintenu son rang de 2<sup>ème</sup> chaîne auprès des moins de 50 ans**, fait progresser ses grandes marques et créé de nouveaux rendez-vous.  
Sur l'ensemble des téléspectateurs, M6 a conforté son statut de 3<sup>ème</sup> chaîne nationale avec 9,9% de part d'audience. M6 a même été élue chaîne gratuite préférée des Français (*Etude réalisée par l'IFOP du 22 au 28 décembre 2015*).

Ces résultats sont dus à la stratégie mise en œuvre par M6 :

- des nouveautés lancées avec succès (*The Island, Scorpion, Chasseurs d'appart...*) ;
- des marques fortes qui progressent encore (*Le Meilleur Pâtissier, Top Chef, l'Amour est dans le Pré, Les Reines du shopping, Scènes de Ménages, NCIS...*) ;
- des grands rendez-vous d'information toujours plébiscités (*Capital, Zone Interdite, Enquête exclusive, Journaux télévisés...*) ;

- **W9 a conservé son rang de leader TNT auprès des moins de 50 ans** avec 4,1% de part d'audience.  
W9 a réalisé sur l'année une part d'audience nationale (4 ans et plus) de 2,6%, stable sur un an et une part d'audience de 3,8% sur la cible des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (+0,2 pt).

Ces performances sont le résultat d'une politique importante de production de programmes inédits en avant-soirée (*Les Chtis, Les Marseillais en Thaïlande, Les Princes de l'amour, Soda, La Petite Histoire de France*) mais également d'une offre de programmes variée et puissante en première partie de soirée (*Enquête d'action, Enquêtes Criminelles, Europa League, Cinéma*) ;

- **6ter s'est révélée comme la chaîne gagnante de l'année 2015**, en enregistrant la plus forte progression toutes chaînes confondues, à la fois sur l'ensemble des téléspectateurs (1,1%, +0,4 point) et auprès de la cible commerciale (2,1%, +0,8 point), grâce à ses magazines originaux comme *Norbert, Commis d'office, Storage Wars France*, des séries inédites, des divertissements et une programmation cinéma familiale.

En 2015, le Groupe M6 a su tirer parti de ses audiences solides pour enregistrer une hausse des recettes publicitaires de ses chaînes gratuites qui progressent de +1,6% (+11,9 M€), surperformant le marché TV, estimé en croissance de +0,5% (source IREP, estimation du 29/01/2016).

**L'activité TV contribue à hauteur de 155,7 M€ à l'EBITA**, soit une hausse de +11,7 M€ par rapport à 2014, avec un coût de la grille des chaînes gratuites de 418,5 M€, en faible augmentation (+0,7%) malgré les investissements dans 6ter.

**La marge opérationnelle courante atteint ainsi 18,9%** (vs. 17,7% en 2014).

## ■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

---

En 2015, le **chiffre d'affaires de l'activité Production et Droits audiovisuels s'élève à 93,6 M€** (-15,9% par rapport à 2014), **avec un EBITA de 7,0 M€** (-3,3 M€) en raison d'un calendrier de sorties salles moins favorable qu'en 2014, (**8,1 millions d'entrées en salles** pour les films distribués par SND en 2015, vs. 12 M en 2014, qui avait été notamment marquée par la sortie cinéma d'*Astérix, Le Domaine des Dieux*).

2015 a été marquée par les succès au cinéma de *Divergente 2* (2,4 M d'entrées), *Prémonitions* (1,0 M d'entrées) et *La Rage au ventre* (0,7 M d'entrées), distribués par SND.

En outre l'année 2015 s'est révélée exceptionnelle pour M6 Films, avec plus de **20 millions d'entrées en salles** pour les films coproduits. Parmi ces films, 5 dépassent les 2 millions d'entrées : *Pourquoi j'ai pas mangé mon père*, *Taken 3*, *Papa ou maman*, *Babysitting 2* et *Les nouvelles aventures d'Aladin* qui, avec près de 4.5 M d'entrées, est le film français le plus vu de l'année 2015.

## ■ DIVERSIFICATIONS

---

En 2015, le **chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 333,7 M€ (+0,2%** par rapport à 2014), avec une contribution à l'EBITA de 42,8 M€, dont le recul (-12,8 M€) s'explique principalement par :

- **Ventadis**, qui voit son EBITA baisser de -5,7 M€ en raison d'une contraction des activités de télé-achat, en lien avec la consommation des ménages et un catalogue de produits en phase de renouvellement ;
- le **F.C.G.B.**, qui accroît ses pertes (-10,6 M€) en raison des investissements consentis dans l'effectif du club ;
- **M6 Web** dont le résultat opérationnel courant s'établit à 32,8 M€ (33,6 M€ en 2014).  
Le chiffre d'affaires de M6 Web progresse de +12,5 M€ (+13,7%) et atteint 104,3 M€ grâce à **l'intégration d'Oxygem**, société acquise début 2015 qui opère différents sites Internet (CuisineAZ.com, Passeportsanté.net, Radins.com, Météocity.com, Fourchette-et-bikini.fr), et qui permet au Groupe de se positionner comme le 1<sup>er</sup> Groupe TV français sur internet avec 13,4 M de visiteurs uniques mensuels (source Médiamétrie-Nielsen Netratings, novembre 2015).

## ■ ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET PERSPECTIVES

---

Au 31 décembre 2015, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 583,9 M€, stables sur un an, avec une situation de trésorerie nette consolidée positive de 176,5 M€.

L'année 2016 sera conditionnée par l'état du marché publicitaire, difficilement prévisible, mais dans lequel le Groupe M6 vise à transformer ses progrès d'audience en parts de marché.

## ■ DIVIDENDES

---

Le Directoire proposera à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 26 avril 2016, de distribuer un dividende de 0,85 € par action, stable par rapport au dividende versé en 2015. Le détachement interviendra le 18 mai et le paiement le 20 mai 2016.

Neuilly sur Seine, le 23 février 2016

*La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise en webcast le 23 février 2016 à partir de 18h30 sur le site : [www.groupem6.fr](http://www.groupem6.fr).*

*Tous les détails de connexion seront disponibles sur le site [www.groupem6.fr/Finances](http://www.groupem6.fr/Finances)*

*Les slides de présentation ainsi que les comptes consolidés annuels seront mis en ligne à compter de 18h00, étant précisé que les procédures d'audit sont effectuées et que le rapport d'audit relatif à la certification des comptes est en cours d'émission.*

*Prochaine publication : Information trimestrielle du 1<sup>er</sup> trimestre 2016 : le 26 avril 2016 avant ouverture de la Bourse.*

*M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

**RELATIONS INVESTISSEURS**  
**RELATIONS PRESSE**

**Eric Ghestemme** 01 41 92 59 53 / [eric.ghestemme@m6.fr](mailto:eric.ghestemme@m6.fr)  
**Yann de Kersauson** 01 41 92 73 50 / [ydekersauson@m6.fr](mailto:ydekersauson@m6.fr)