

30 JUIN 2016

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

Sommaire

1. ACTIVITES ET MARCHES DU GROUPE	4
1.1. Données sur les principaux marchés et activités du Groupe	4
1.1.1. Télévision	4
1.1.2. Production et droits audiovisuels	9
1.2. Autres faits marquants et événements significatifs survenus depuis le 1 ^{er} janvier 2016	12
2. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	14
2.1. Conseil de surveillance	14
2.2. Directoire	15
3. CAPITAL ET COURS DE BOURSE	16
4. FACTEURS DE RISQUES ET LEUR GESTION	17
4.1. Risques et incertitudes concernant le semestre écoulé	17
4.2. Risques et incertitudes concernant le second semestre	18
5. RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	19
5.1. Etat du résultat global consolidé	19
5.2. Etat de la situation financière consolidée	22
5.3. Tableau de trésorerie consolidé	22
5.4. Parties liées	23
5.5. Evénements post-clôture	23
5.6. Information sectorielle	24
5.7. TV gratuite : marge brute de la grille	24
COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDES RESUMES	25
ANNEXE AUX COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDES RESUMES	31
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	50
ATTESTATION DU RESPONSABLE	52





Métropole Télévision

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

**Semestre clos
le 30 juin 2016**



Nous vous présentons le rapport financier semestriel portant sur le semestre clos le 30 Juin 2016, établi conformément aux dispositions des articles L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier et 222-4 et suivants du Règlement Général de l'AMF.

Le présent rapport sera diffusé conformément aux dispositions de l'article 221-3 du règlement général de l'AMF. Il sera notamment disponible sur le site de notre société www.groupem6.fr.



1. ACTIVITES ET MARCHES DU GROUPE

1.1. Données sur les principaux marchés et activités du Groupe

1.1.1. Télévision

► Equipement et audiences

A la fin du 1^{er} trimestre 2016, 94,1% des foyers français disposent d'un téléviseur (*source : Observatoire de l'équipement des foyers*). Même si le taux d'équipement décline légèrement (-1,1 point entre le 1^{er} trimestre 2015 et le 1^{er} trimestre 2016), il reste l'écran le plus présent dans les foyers, devant l'ordinateur, le smartphone et les tablettes tactiles, respectivement présents dans 83,6%, 71,1% et 44,7% des foyers.

Les résultats du 1^{er} trimestre 2016 mettent en évidence que plus de la moitié des téléviseurs sont connectés à internet. Le nombre moyen d'écrans, qui n'évolue pas par rapport au 3^{ème} trimestre 2015, s'élève à 6,4 écrans par foyer. En outre, le taux de pénétration des différentes plateformes de réception de la télévision tend à se stabiliser. Parmi les foyers équipés d'un téléviseur, plus de 55,6% reçoivent la TNT via l'antenne râteau, qui demeure ainsi le premier mode de réception. Par ailleurs, près d'un tiers des foyers dispose d'au moins deux modes de réception, la combinaison la plus répandue associant le mode hertzien et l'ADSL.

Par ailleurs la TNT s'est modernisée en généralisant la Haute Définition dans la nuit du 4 au 5 avril 2016. Cette opération a été réalisée à l'occasion du transfert des fréquences de la bande 700 MHz au profit des opérateurs mobiles, décidé par le gouvernement. Cette évolution a été possible grâce à la généralisation de la norme de codage MPEG-4 à l'ensemble de la plateforme de la TNT.

A cette occasion, le CSA a veillé à réorganiser les multiplex de diffusion afin d'optimiser l'utilisation de la bande de fréquence. Dans ce cadre, les chaînes de la TNT sont rassemblées au sein de 6 multiplex : R1, R2, R3, R4, R6 et R7. Les multiplex R5 et R8 ont cessé de diffuser des services télévisuels depuis le 5 avril.



Ainsi, M6, W9 et 6ter sont désormais toutes les trois diffusées en haute définition depuis le multiplex Multi4, tandis que Paris Première est diffusée en SD depuis le multiplex CNH (R3) avec notamment les autres chaînes payantes de la TNT (Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport et Planète+).

Dans ce contexte, le Groupe M6 a veillé à ce que la communication mise en place sous l'égide des pouvoirs publics soit la plus efficace possible pour informer les téléspectateurs des opérations nécessaires à la bonne réception de la TNT (achat d'adaptateurs HD, rescanning des postes...).

Ces opérations techniques n'ont pas eu d'incidence sur la diffusion et l'audience des chaînes du Groupe.

A l'occasion du passage en HD de tous les émetteurs, la couverture du territoire des chaînes HD a été optimisée.

Au 1^{er} semestre 2016, les six chaînes historiques concentrent désormais 61,3% des parts d'audience (4 ans et plus) contre 63,0% au 1^{er} semestre 2015, alors que les chaînes de l'offre gratuite de TNT représentent 28,7% de part d'audience au 1^{er} semestre 2016 contre 26,2% au 1^{er} semestre 2015 (*source : Médiamétrie, 4 ans et plus*), tirées par les 6 nouvelles chaînes qui rassemblent 7,2% de part d'audience, contre 5,2% sur la même période en 2015.

Part d'audience nationale 4+							
en %	S1 2016	S1 2015	S1 2014	S1 2013	S1 2012	S1 2011	S1 2010
M6	10,1%	9,8%	9,9%	10,5%	11,4%	10,5%	10,4%
TF1	20,8%	21,6%	22,9%	22,9%	22,7%	23,8%	24,8%
France 2	13,5%	14,2%	14,0%	14,1%	14,8%	15,2%	16,1%
France 3	8,9%	9,0%	9,5%	9,3%	9,3%	9,9%	10,9%
Canal+	2,1%	2,9%	2,7%	2,9%	3,1%	3,3%	3,2%
France 5	3,4%	3,4%	3,2%	3,4%	3,6%	3,3%	3,2%
Arte	2,3%	2,2%	2,0%	1,9%	1,7%	na	na
TOTAL Part d'audience chaînes historiques **	61,3%	63,0%	64,3%	65,0%	66,7%	67,4%	70,1%
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1ère génération **	21,5%	21,4%	21,3%	22,1%	21,9%	20,9%	17,6%
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2ème génération **	7,2%	5,2%	3,7%	1,9%	-	-	-
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	10,0%	10,4%	10,7%	11,0%	11,4%	11,7%	12,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Jusqu'en 2011 inclus, France 5 est considérée comme chaîne historique avant 19 heures, et comme chaîne de la TNT après 19 heures, tandis que Arte est considérée comme une chaîne historique après 19 heures, et comme chaîne de la TNT avant.

Source : Médiamétrie



Sur la cible commerciale les six chaînes historiques perdent 2,5 points de part d'audience, au profit des chaînes de la TNT, que ce soient les chaînes de la TNT 1^{ère} génération, qui progressent de +1,2 point, ou les chaînes de la TNT 2^{ème} génération (+1,2 point).

Part d'audience nationale FRDA-50							
en %	S1 2016	S1 2015	S1 2014	S1 2013	S1 2012	S1 2011	S1 2010
M6	15,8%	14,9%	15,5%	15,8%	17,3%	17,1%	16,3%
TF1	22,5%	23,6%	24,3%	25,2%	25,3%	26,8%	28,2%
France 2	8,6%	9,9%	10,0%	10,0%	11,0%	11,1%	12,3%
France 3	3,7%	3,9%	4,3%	4,4%	4,7%	5,0%	6,3%
Canal+	1,9%	2,7%	2,4%	2,4%	2,8%	3,0%	2,7%
France 5	2,0%	2,0%	1,9%	2,0%	2,4%	2,2%	2,2%
Arte	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%	0,8%	0,9%
TOTAL Part d'audience chaînes historiques **	55,4%	57,9%	59,4%	60,7%	64,3%	66,1%	68,9%
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 1ère génération **	26,4%	25,2%	25,0%	25,4%	24,3%	22,6%	19,2%
TOTAL Part d'audience chaînes de la TNT 2ème génération **	8,0%	6,8%	4,9%	2,7%	-	-	-
TOTAL Part d'audience chaînes du câble et du satellite	10,2%	10,1%	10,7%	11,2%	11,4%	11,3%	11,9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Jusqu'en 2011 inclus, France 5 est considérée comme chaîne historique avant 19 heures, et comme chaîne de la TNT après 19 heures, tandis que Arte est considérée comme une chaîne historique après 19 heures, et comme chaîne de la TNT avant.

Source : Médiamétrie

Par ailleurs, au 1^{er} semestre 2016, la durée d'écoute individuelle de la télévision est restée très élevée, avec 3 heures et 43 minutes pour les individus âgés de 4 ans et plus, en hausse de 3 minutes par rapport au 1^{er} semestre 2015. Elle s'est par ailleurs établie à 3 heures et 38 minutes pour les femmes responsables des achats de moins de 50 ans, soit une hausse de 3 minutes par rapport à la même période de 2015. La progression se fait avant tout grâce à la hausse de la consommation en décalé (catch up).

Elle masque néanmoins une baisse de la consommation de télévision chez les moins de 25 ans.

► Marché publicitaire

Selon la dernière note de conjoncture de l'INSEE, publiée en juin 2016, l'année 2016 a commencé par un frémissement de l'activité en zone euro (+0,6% au 1^{er} trimestre après +0,4% au 4^{ème} trimestre 2015). Les entreprises européennes, et notamment les françaises, profiteraient de la faiblesse des cours du pétrole, de l'inflation et des taux d'intérêt.

Néanmoins les incertitudes demeurent, avec une situation de l'emploi toujours préoccupante, et l'annonce du « Brexit » qui pourrait se traduire par un attentisme accru.

Cette conjoncture économique a pour principale conséquence une visibilité limitée sur les investissements des entreprises, et notamment leurs investissements publicitaires.

Si ces investissements publicitaires bruts « télévision » (avant remises et dégressifs) sont en croissance de +4,6% au 1^{er} semestre, atteignant 5,6 milliards d'euros, et traduisant un effet volume positif, cette progression masque une pression tarifaire persistante, dans un contexte de fragmentation des audiences, et d'évolution des planifications de campagnes sur l'offre de chaînes élargie (notamment vers les 6 nouvelles chaînes TNT qui progressent de près de 40% en 1 an).



	Chaînes hertziennes historiques	Chaînes gratuites de la TNT	Chaînes de l'ADSL, câble et satellite	Total du chaînes
Investissements bruts (en K€)	3 157 527	2 132 951	344 818	5 635 297
Croissance (en %) vs. 1 ^{er} semestre 2015	+4,5%	+7,9%	-10,9%	+4,6%
Part de marché brute (en %) S1 2016	56,0%	37,8%	6,1%	100%
Part de marché brute (en %) S1 2015	56,1%	36,7%	7,2%	100%

Source : Kantar Media, chaînes hertziennes hors parrainage et chaînes régionales, 1^{er} semestre 2016

Sur la chaîne M6, les 4 premiers secteurs annonceurs enregistrent une progression de leurs investissements (Alimentation, Hygiène-Beauté, Automobile, Distribution), tandis que les 2 suivants (Banque-Assurance et Voyage-Tourisme) sont en recul.

Selon les dernières données publiées par l'institut Kantar Media pour le compte des cinq premiers mois de l'année, le marché publicitaire français plurimedia net serait en légère hausse de +1%, avec une progression des investissements publicitaires en télévision (+1,4%), et dans un contexte de grande volatilité mois après mois (-6% en avril puis +6% en mai notamment).

► Performance d'audience des chaînes du Groupe

Le 1^{er} semestre a de nouveau été marqué par le processus de fragmentation des audiences en lien avec la croissance mécanique des audiences des 6 nouvelles chaînes TNT lancées en décembre 2012.

Grâce au renforcement de son offre programmes, la famille de chaînes gratuites du Groupe M6 réalise au 1^{er} semestre 2016 une part d'audience moyenne de 13,8% (source Médiamétrie) sur les 4 ans et plus (+0,4 pt) et de 21,7% sur la cible commerciale (+1,2 pt), s'affichant comme le seul groupe historique à progresser en un an sur chacune des deux cibles.

■ M6

M6 est la seule chaîne historique à progresser en un an auprès de la cible commerciale. Elle affiche une part d'audience de 10,1% sur l'ensemble des téléspectateurs, en progression de +0,3 pt, et de 15,8% sur la cible commerciale (+0,9 pt).

Ce renforcement stratégique résulte :

- de la réussite de son enchaînement en avant-soirée (*Les Reines du Shopping*, *Chasseurs d'appart*, qui réunit 21% de la cible commerciale en moyenne, *Le 19'45* et *Scènes de ménages*, programme le plus puissant dans la case de 20h auprès des téléspectateurs de moins de 50 ans et des femmes responsables des achats de moins de 50 ans),
- de la pertinence de son offre en soirée, qui combine nouveautés (*A l'état sauvage* – 3,7 M de téléspectateurs, *Garde à vous* – 3,9 M de téléspectateurs en moyenne, ...) et marques fortes (*The Island*, *Top Chef*, *Zone Interdite*, ...),
- de sa programmation événementielle marquée par la diffusion de l'UEFA Euro 2016 dont les audiences exceptionnelles sont venues couronner la stratégie d'acquisition d'un nombre limité de matchs tout en profitant fortement de l'événement.

M6 a diffusé 11 matchs de la plus grande compétition européenne de football, dont la finale. Diffusé le dimanche 10 juillet 2016, le choc Portugal / France a rassemblé 20,8 millions de téléspectateurs, et réalisé la même audience que la finale de la Coupe du Monde 98 opposant le Brésil contre la France, une performance historique et la meilleure audience de la compétition et même de la décennie. Il s'agit également du record historique de la chaîne depuis sa création.



L'audience moyenne des 11 matchs diffusés sur M6 est de 9,7 millions, parmi lesquels nombre de femmes qui se sont également passionnées pour la compétition avec 39% de part d'audience auprès du groupe cible des femmes responsables des achats de moins de 50 ans pour l'ensemble des 11 matchs.

▪ W9

Au 1^{er} semestre, W9 a affiché une part d'audience moyenne de 2,4% sur la cible des 4 ans et plus (-0,2 pt) et de 3,7% sur la cible commerciale (stable), s'inscrivant comme la 2^{ème} chaîne TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans sur l'ensemble de la journée.

Aux côtés des matchs de football (la finale de l'Europa League a rassemblé 1,7 M de téléspectateurs), les meilleures audiences du semestre sont réalisées par :

- les films (*Une journée en enfer, Twilight*) - W9 propose l'offre de cinéma la plus puissante de la TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans,
- les magazines et documentaires (*Enquête d'action, Enquêtes criminelles*) - W9 propose la meilleure offre de magazines et de documentaires inédits sur la TNT,
- les programmes de télé-réalité (*Les Marseillais South Africa*).

▪ 6ter

Par ailleurs, 6ter a affiché une part d'audience moyenne de 1,3% sur la cible des 4 ans et plus (+0,2 pt). La chaîne 6ter se classe en tête des nouvelles chaînes TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans, avec une audience moyenne de 2,2% au cours du 1^{er} semestre (+0,3 pt), grâce à ses succès dans tous les genres de programmes.

6ter propose en effet une offre puissante de films et d'émissions inédites, telles que *Norbert commis d'office* et *Storage Wars France*.

▪ Chaînes cab-sat

Dans l'univers de la télévision payante, les chaînes du Groupe ont conforté leurs succès, notamment (*Médiamétrie Mediamat thématik vague 31 janvier-juin 2016*) :

- Paris Première, qui est la chaîne payante la plus regardée par l'ensemble du public (11,4 M de téléspectateurs chaque mois), et la chaîne payante généraliste la plus puissante en soirée ;
- Téva, leader des chaînes thématiques auprès de la cible commerciale avec 1,1% de part d'audience sur l'univers câble, satellite et ADSL pour la 10^{ème} vague consécutive. Sur cette cible, Téva devance très nettement les autres chaînes thématiques et se classe même devant la chaîne gratuite Chérie 25 (TNT HD). Il s'agit d'une vague record depuis 3 ans, grâce à des audiences en progression, notamment de +15% auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans.

▶ Performance publicitaire des chaînes du Groupe

Dans un marché publicitaire TV toujours volatil et qui a affiché au 1^{er} semestre une croissance modérée et tirée par l'Euro 2016, les recettes publicitaires des chaînes gratuites enregistrent une progression de +4,7% grâce à la hausse des audiences.

Par ailleurs l'EURO 2016 a été l'occasion pour M6 Publicité d'innover sur le marché publicitaire, via une plateforme de réservation 100% en ligne, mais également en digital au travers de l'ad-stitching (lors du visionnage du Live sur la plateforme 6play, substitution des écrans publicitaires TV au profit de campagnes publicitaires digitales) ou encore par la vente aux enchères des golden spots (écrans publicitaires entre les hymnes et le coup d'envoi) du 1/4 de finale et de la finale.

En parallèle au 1^{er} semestre M6 Publicité a continué à proposer à ses clients des modes d'achats et offres innovants :



- Les écrans contextualisés : M6 Publicité inaugure un nouveau genre d'écran publicitaire événementiel et contextualisé aux programmes. Ce dispositif – inédit en France – propose des écrans thématiques uniques rappelant l'univers des programmes au sein desquels ils sont positionnés. Constitués de spots en lien avec la thématique ou l'univers du programme, ils créent une alchimie forte avec les marques présentes. Ces écrans permettent de maintenir les téléspectateurs dans l'état d'esprit du programme tout au long de la pause publicitaire afin de maximiser leur engagement et leur attention.
- *View & Shop* est une brique transactionnelle intégrée aux campagnes publicitaires digitales qui permet aux internautes d'acheter le produit mis en avant, grâce à l'apparition d'un bouton interactif cliquable sur le spot publicitaire.
- M6 Publicité poursuit son action pour une publicité digitale plus responsable et a annoncé trois nouveaux formats sur 6play moins intrusifs et à la visibilité renforcée.
- Enfin, en partenariat avec *LaBigAdress*, qui propose des solutions de communication intégrées dédiées aux start-up, M6 Publicité lance 5 offres pour les start-up qui souhaitent mettre en place des campagnes TV.

1.1.2. Production et droits audiovisuels ¹

► Marché du cinéma et de la vidéo

Selon les estimations du CNC, la fréquentation des cinémas a atteint 106,8 millions d'entrées sur les six premiers mois de l'année, enregistrant une hausse de +5,4% par rapport au 1^{er} semestre 2015. La part de marché des films français est estimée à 38,9 % (36,7 % sur le premier semestre 2015) et celle des films américains à 52,6 % (48,2 % sur janvier-juin 2015).

En revanche, alors que les volumes vendus sont quasi-stables (+0,7%), le marché de la vidéo (DVD et Blu-ray) en France a reculé de -11,6% en valeur à 152,4 M€ au 1^{er} trimestre 2016, selon le baromètre CNC-GfK, les ventes de DVD affichant une baisse légèrement moins marquée (-11,3%) que les ventes de Blu-ray (-12,5%). Cette chute du marché s'explique par la baisse du prix des supports physiques et plus particulièrement des DVD et Blu-ray de « nouveautés ».

► Performance du Groupe

▪ SND

Les films distribués par SND ont cumulé 7,7 millions d'entrées contre 3,9 millions d'entrées au 1^{er} semestre 2015. Cette hausse résulte d'un calendrier de sorties cinéma plus fourni dans la mesure où SND a sorti 11 films en salles ce semestre contre 4 au 1^{er} semestre 2015. 3 films ont dépassé le million d'entrées : *Divergente 3* (2,2 millions d'entrées), *Les 8 Salopards* (1,8 million d'entrées) et *Adopte un veuf* (1,1 million d'entrées). Au premier semestre 2015, un seul film avait dépassé un million d'entrées : *Divergente 2* avec 2,4 millions d'entrées.

La progression de l'activité de distribution cinéma a été légèrement obérée par des ventes internationales en recul par rapport à 2015 qui avait été marquée par le succès d'*Astérix Le Domaine des Dieux*.

¹ Les données recueillies dans cette partie et la suivante correspondent aux données disponibles à la date d'établissement du présent rapport et ne couvrent donc pas, dans leur majorité, l'ensemble du 1^{er} semestre 2016.

L'activité vidéo, quant à elle, enregistre une légère progression grâce à un line-up plus dense qu'au 1^{er} semestre 2015 (7 sorties vs. 2 en 2015). Elle profite ainsi des bonnes performances de *Le dernier chasseur de sorcières*, *Les 8 Salopards* et *Prémonitions* qui cumulent 194 200 ventes tous réseaux sur le semestre.

▪ M6 Films

La filiale de production cinématographique a coproduit 3 films sortis en salle (*Chocolat*, *Un homme à la hauteur* et *Amis Publics*), qui ont enregistré un total de 3,3 millions d'entrées, contre 9,1 millions d'entrées pour 7 films sortis au 1^{er} semestre 2015.

1.1.3. Diversifications

▶ Vente à distance : renouvellement en cours de la gamme de produits

Le bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2016, publié par la Fevad, indique une croissance des ventes sur Internet de +16% atteignant 17,9 milliards d'euros. Cette croissance est tirée par la hausse du nombre de transactions, qui a progressé de +21% pour atteindre 237 millions et qui compense la baisse du montant moyen des transactions de -4,4%. La Fevad recense désormais plus de 187 000 sites marchands actifs, soit +14% en un an.

Le bilan du secteur du téléachat est plus mitigé. Dans un marché sous pression, les volumes de ventes de Home Shopping Services ont baissé. De même, avec une gamme en cours de renouvellement, Best of TV a vu sa marge diminuer.

Dans ce contexte, les charges de référencement sont en hausse afin de trouver les remplaçants des produits les plus vendus ces dernières années (*Artishot*, *Pocket Hose...*).

En revanche, MonAlbumPhoto.fr a, lui, élargi son offre pendant le semestre. Les ventes du site internet sont en hausse grâce au développement de l'activité « tirage photos » et au dynamisme de l'activité « albums ».

▶ Internet : le Groupe M6 poursuit sa progression dans les nouveaux médias

Le chiffre d'affaires net généré par la publicité digitale « display » a généré un chiffre d'affaires de 547 millions d'euros au 1^{er} semestre 2016, en hausse de +13,7%. Au sein de ce segment, la publicité vidéo a enregistré une forte croissance, de +26%. Le chiffre d'affaires net ainsi généré s'élève à 187 millions d'euros, soit 34% du « display ». Concernant les modes de vente, le display est désormais commercialisé à 50% en programmatique. (Source : *Syndicat des Régies Internet, Observatoire de l'e-Pub* – juillet 2016).

Par ailleurs plus de 3,1 milliards de vidéos de télévision ont été visionnées sur internet via les plateformes de chaînes de télévision entre janvier et mai 2016, soit en moyenne plus de 20,4 millions de vidéos vues quotidiennement, un chiffre en hausse de +37% par rapport à 2015 (Source : *Baromètre TV en ligne multi-écrans NPA/GFK* – janvier-mai 2016).

▪ 6play

M6 Web a entrepris très tôt de développer des services adaptés aux nouveaux modes de consommation de la télévision et continue de renforcer sa présence digitale.

Une nouvelle version de 6play 100% personnalisée a été déployée fin novembre 2015 sur tous les écrans. Le cap des 10 millions d'inscrits a été franchi en juin et la plateforme affiche une audience en forte croissance, avec en moyenne 110 millions de vidéos vues par mois sur tous les écrans (soit +50% de croissance en un an, *source Médiamétrie, de décembre 2015 à mai 2016*). De ce fait, la catch-up poursuit la croissance de ses revenus publicitaires, soutenue par ces bonnes audiences mais aussi par des indicateurs extrêmement performants en termes de visibilité des publicités, de « brand safety » et de ciblage contextuel ou data.



En outre, une nouvelle fonctionnalité a été lancée en juin avec pour objectif de renforcer la présence de 6play sur les mobiles. Baptisée *Refresh*, elle propose un zapping décalé des chaînes du Groupe grâce à une sélection de vidéos ultra-courtes issues des programmes de toutes les chaînes. 15 jours après son lancement elle dépassait déjà les 2 millions de vidéos vues.

▪ Portails

Un pôle « Portails » a été constitué suite au rapprochement d'Oxygem et des sites internet historiques de M6 Web. De nombreuses synergies opérationnelles ont ainsi été créées. Grâce aux chaînes de télévision du groupe, les portails ex-Oxygem ont pu développer leurs inventaires vidéos et optimiser leur monétisation.

Le nombre de vidéos vues sur l'ensemble des portails est, lui, en forte hausse (+71,7%) au premier semestre et s'élève à 66,5 millions.

En outre, l'activité publicitaire des portails historiques du groupe a été stimulée par le recours à la plateforme programmatique display sur internet utilisée par Oxygem et un développement plus soutenu de l'activité d'exploitation des bases de données. Les expertises combinées ont également permis la mise en ligne de l'application mobile de *radins.com*, qui est devenu un outil de marketing digital au service des annonceurs. Avec plus de 100 000 téléchargements et 4 millions d'écrans vus en moins de deux mois, le lancement est un succès.

Enfin, le nombre de vidéos vues sur l'ensemble des portails du groupe est passé de 38,7 millions au 1^{er} semestre 2015 à 73,6 millions au 1^{er} semestre 2016.

▪ MCN

M6 Web poursuit également une stratégie de développement de nouveaux formats, et opère notamment plusieurs Multi-Channel Network (MCN) comme *Golden Moustache*, la chaîne humoristique lancée par le Groupe en 2012 et *Rose Carpet*, la chaîne sur le thème de la mode et de la beauté ciblant les jeunes filles de 15 à 25 ans lancée en avril 2014. Les deux chaînes développent en outre une activité de production de brand content, qui complète l'offre publicitaire digitale classique du Groupe. Au total, les MCN du groupe rassemblent 10,9 M€ d'abonnés en juin 2016, soit une hausse de +101% par rapport à juin 2015.

▶ Téléphonie mobile

En lien avec l'évolution du marché de la téléphonie mobile, Orange et le Groupe M6 ont conjointement décidé le transfert progressif des abonnés M6 mobile by Orange vers des offres Orange équivalentes.

Lancée en 2005, l'offre M6 mobile by Orange est née de l'alliance des expertises et de la puissance des marques Orange et M6. En effet la stratégie de M6 est notamment d'utiliser sa puissance marketing pour générer des revenus additionnels.

Les clients M6 mobile by Orange garderont leurs offres ainsi que tous les avantages liés, comme l'animation de la communauté des clients par le Groupe M6, jusqu'à leur transfert.

Ainsi, jusqu'au 30 juin 2019, le Groupe M6 continuera à percevoir une rémunération au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque, qui contribuera au résultat opérationnel du Groupe à hauteur de 64 millions d'euros, étalés sur la période du 1^{er} janvier 2016 au 30 juin 2019 (vs. 25 millions d'euros en 2015).

Par ailleurs M6 a perçu une indemnité contractuelle de 50 millions d'euros (avec un impact EBITA) au titre de la fin de la commercialisation.

▶ Musique et spectacles

En 2015, le marché de la musique enregistrée a représenté 426 millions d'euros en baisse de -7,0% par rapport à 2014 (Source : *SNEP, marché numérique et physique, avril 2016*).



La part de marché des supports numériques continue de progresser de +14,7%, et atteint 33% en valeur. Par ailleurs, comme en 2014, 75% des revenus du marché sont le résultat des succès de la production francophone.

Dans ce contexte pourtant difficile, l'activité Musique du Groupe M6 enregistre une hausse de son chiffre d'affaires sur le premier semestre 2016 grâce au succès de l'album *Un monde Meilleur* des Kids United. A fin juin 2016, il se classe dans le top 3 des meilleures ventes nettes en France avec plus de 390 000 exemplaires écoulés depuis sa sortie. Signe de cette réussite, un deuxième album est prévu pour la rentrée et le groupe va partir en tournée à l'automne.

L'activité Spectacles est stable, malgré la baisse des taux de remplissage des salles suite aux attentats du 13 novembre 2015.

► Football

Le Football Club des Girondins de Bordeaux (F.C.G.B) a terminé la saison 2015-2016 à la 11^{ème} place de la Ligue 1, et contrairement à l'année dernière, ne participera donc pas à l'édition 2016-2017 de l'Europa League.

La perte de cinq places au classement du championnat de France entre les saisons 2014/2015 et 2015/2016 a pesé sur le chiffre d'affaires au 1^{er} semestre. Cette baisse du chiffre d'affaires a toutefois été compensée, au niveau du résultat opérationnel, par les plus-values sur transferts de joueurs réalisées lors du marché hivernal.

Afin d'engager une nouvelle dynamique sportive, le Club a décidé de remplacer l'équipe technique en place par un nouveau staff dirigé par Jocelyn Gourvenec.

Le second semestre sera marqué par la hausse des droits TV issue des appels d'offre lancés en 2014 par la Ligue de Football Professionnel (LFP) pour la Ligue 1 et la Ligue 2. Canal+ et beIN Sport déboursent désormais une somme totale de 748,5 M€ par an jusqu'à la saison 2019-2020 (vs. 607 M€ pour la saison 2015-2016).

12. Autres faits marquants et événements significatifs survenus depuis le 1^{er} janvier 2016

► Procédures judiciaires et d'arbitrage

Concernant les principales procédures judiciaires et d'arbitrage mentionnées dans le document de référence 2015, les faits suivants sont à noter :

Par un arrêt du 17 juin 2015, le Conseil d'Etat a donné raison au Groupe M6 qui avait déposé un recours en annulation contre la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel lui refusant la diffusion de Paris Première sur la TNT gratuite en juillet 2014. Le Conseil d'Etat, qui ne s'était prononcé que sur la légalité externe de la décision de rejet du CSA, a enjoint ce dernier de se prononcer à nouveau dans un délai de six mois. Un nouveau refus ayant été opposé à Paris Première le 17 décembre 2015, le Groupe M6 a déposé un nouveau recours le 28 janvier 2016 que le Conseil d'Etat a rejeté le 13 juillet 2016.

Le Groupe M6 a par ailleurs contesté les modalités de mise en œuvre de la loi du 15 novembre 2013 sur les parts de coproduction et attaqué le décret n°2015-483 du 27 avril 2015 modifiant le régime de la contribution à la production audiovisuelle. Ce recours est toujours en cours d'instruction.



► **Evolutions législatives et réglementaires**

Au cours du premier semestre, l'Assemblée nationale et le Sénat ont examiné en première lecture la proposition de loi visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias. Le texte a ensuite été discuté en commission mixte paritaire, mais en l'absence d'accord au sein de celle-ci, une nouvelle lecture du texte a débuté à l'Assemblée nationale le 18 juillet 2016.

Le 6 juillet, l'Assemblée nationale a adopté en première lecture le projet de loi égalité & citoyenneté qui prévoit notamment une extension des pouvoirs du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Le calendrier de l'examen du texte par le Sénat n'est pas encore connu.

Par ailleurs, la loi n° 2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, promulguée le 7 juillet 2016, encadre notamment les relations entre les chaînes de télévision et les services d'enregistrement en ligne (Network Personal Video Recorder ou NPVR), désormais assujettie, et renforce les relations entre les auteurs et les autres acteurs du secteur audiovisuel.

2. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

2.1. Conseil de surveillance

A l'occasion de la dernière Assemblée Générale des actionnaires, cinq membres du Conseil de Surveillance ont été renouvelés :

- Madame Delphine Arnault, Directrice Générale Adjointe de Louis Vuitton Malletier ;
- Madame Mouna Sepehri, Directeur Délégué à la Présidence de Renault ;
- Monsieur Guillaume de Posch, co-Administrateur délégué de RTL Group ;
- Monsieur Philippe Delusinne, Administrateur délégué de RTL Belgium ;
- Monsieur Elmar Heggen, Directeur Administratif et Financier et Président du Corporate Center de RTL Group.

À la date d'établissement du présent document, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision est composé de douze membres, 11 personnes physiques et une personne morale. Les membres du Conseil de Surveillance sont les suivants :

- Monsieur Guillaume de Posch, Président,
- Monsieur Guy de Panafieu, Vice-Président et membre indépendant,
- Monsieur Elmar Heggen,
- Monsieur Christopher Baldelli,
- Monsieur Vincent de Dorlodot,
- Monsieur Philippe Delusinne,
- Madame Delphine Arnault, membre indépendant,
- Madame Mouna Sepehri, membre indépendant,
- Monsieur Gilles Samyn, membre indépendant,
- Madame Sylvie Ouziel, membre indépendant,
- Madame Anke Schäferkordt,
- Immobilière Bayard d'Antin, représentée par Catherine Lenoble.

Le Conseil de Surveillance, composé de 12 membres, comporte 5 femmes, plaçant d'ores et déjà le Groupe en conformité avec la Loi n°2011-103 du 27 janvier 2011 qui exige un minimum de 40% de femmes le 1^{er} janvier 2017.

▶ Comité des rémunérations et des nominations

À la date d'établissement du présent document, les membres du Comité des Rémunérations et des Nominations sont les suivants :

- Monsieur Gilles Samyn, Président du Comité,
- Monsieur Guy de Panafieu,
- Monsieur Guillaume de Posch.

▶ Comité d'audit

À la date d'établissement du présent document, les membres du Comité d'Audit sont les suivants :

- Monsieur Guy de Panafieu, Président du Comité,
- Madame Mouna Sepehri,
- Monsieur Gilles Samyn,
- Monsieur Elmar Heggen.

2.2. Directoire

Le Directoire du Groupe M6 est composé de 4 membres :

- Monsieur Nicolas de Tavernost, Président du Directoire,
- Monsieur Thomas Valentin, Vice-Président du Directoire,
- Monsieur Jérôme Lefébure, Membre du Directoire,
- Monsieur David Larramendy, Membre du Directoire.

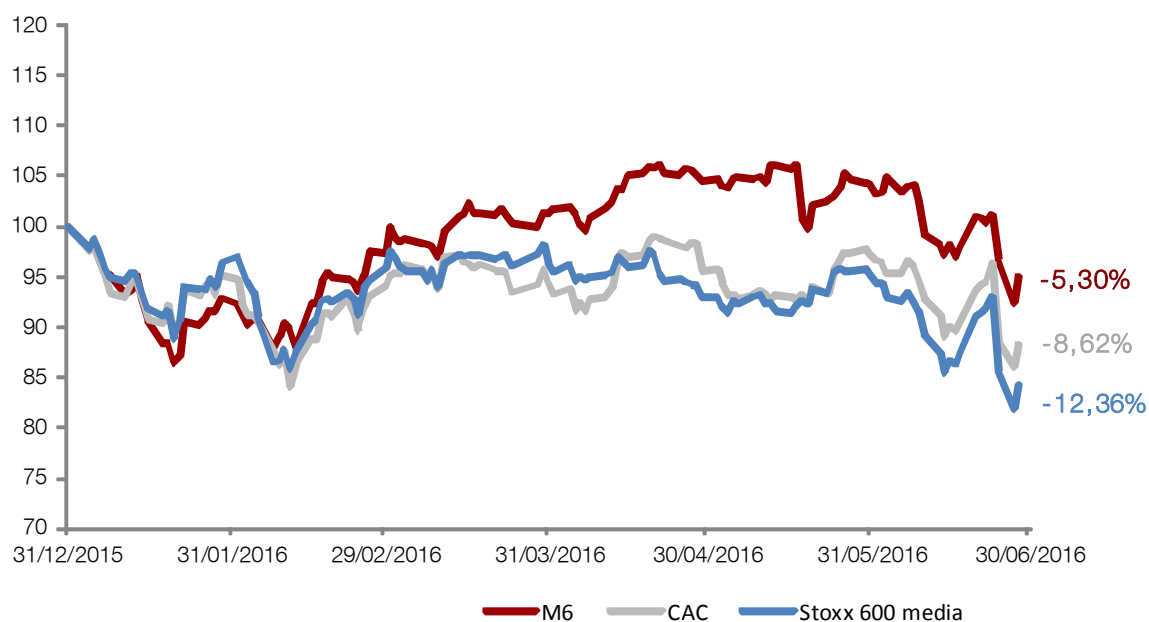


3. CAPITAL ET COURS DE BOURSE

Le capital social de la société au 30 juin 2016 est composé de 126 414 248 actions d'une valeur nominale de 0,40 euros, soit un capital social de 50 565 699,20 euros.

Au cours du 1^{er} semestre 2016, le cours de bourse de M6 a baissé de -5,30% (calcul sur la base du cours de clôture du 31 décembre 2015), quand sur la même période le CAC 40 et le Stoxx 600 Media ont perdu respectivement -8,62% et -12,36%.

Evolution du cours de l'action M6 Métropole TV – 1^{er} semestre 2016 :



Source : Euronext

4. FACTEURS DE RISQUES ET LEUR GESTION

4.1. Risques et incertitudes concernant le semestre écoulé

Les principaux risques et incertitudes auxquels est soumis le Groupe sont détaillés dans le Document de Référence 2015 enregistré auprès de l'AMF en date du 15 mars 2016 et disponible sur le site www.amf-france.org ainsi que sur le site de la société www.groupem6.fr.

Les facteurs de risques principaux identifiés par le Groupe et qui y sont décrits sont les suivants :

- Risques liés à l'activité :
 - o Risques liés à la structure des marchés du Groupe,
 - o Evolution des technologies, modifications des usages,
 - o Sensibilité à la conjoncture économique,
 - o Adaptation de la structure de coûts et augmentation des prix,
 - o Risques liés aux délais de paiement.
- Risques de marché :
 - o Risques de change,
 - o Risques de taux,
 - o Risques sur action,
 - o Risques sur matières premières.
- Risque de crédit et de contrepartie
- Risque de liquidité
- Risques juridiques :
 - o Risques liés à la réglementation,
 - o Risques en matière de propriété intellectuelle, droits de la presse et de la personnalité,
 - o Risques liés au non-respect d'engagements contractuels,
 - o Litiges et évaluation financière,
 - o Procédures judiciaires et d'arbitrage.
- Risques opérationnels majeurs :
 - o Risques de diffusion et de transport du signal,
 - o Défaillance du contrôle interne, fraude, système d'information, concentration des achats,
 - o Risques industriels et environnementaux.

Les risques financiers résultant des affaires en cours ont été estimés prudemment et provisionnés si nécessaire dans les comptes du Groupe.

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu au 1^{er} semestre 2016, 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.



Enfin aucun événement survenu depuis le 1^{er} janvier 2016, hors éléments déjà mentionnés dans la partie 1. Activités et marchés du Groupe, ne modifie la description des principaux risques et incertitudes telle qu'effectuée dans le Document de Référence 2015.

4.2. Risques et incertitudes concernant le second semestre

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité, dont les principes généraux sont détaillés en note 5 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels condensés.

Plus spécifiquement concernant l'exercice 2016, les éléments suivants peuvent être ajoutés :

- Après un 1^{er} semestre dynamisé par l'Euro, la visibilité reste limitée sur le marché publicitaire dans un contexte macroéconomique incertain.
Le Groupe M6 poursuivra au 2nd semestre sa politique d'investissement dans les grilles de programmes afin de poursuivre l'amélioration de ses audiences et de sa part de marché.
- Les résultats des chaînes sont exposés d'une part à l'incertitude sur leurs recettes publicitaires mais également à un effet de saisonnalité sur les coûts de grille, lié à la mise en place chaque année en septembre des nouveaux programmes pour la saison 2016-2017.
Le Groupe M6 a indiqué que, sur l'exercice 2016, le coût des programmes des chaînes gratuites serait susceptible de s'établir en hausse avant prise en compte des coûts de l'Euro 2016.
- Compte tenu de sa structure de coûts, de l'aléa sportif, et des aléas liés aux éventuels transferts de joueurs, le Groupe n'est pas en mesure d'indiquer à ce stade avec précision le niveau de résultat du F.C.G.B en 2016. Néanmoins, sur l'année civile, le déficit sera fortement réduit par rapport à celui enregistré en 2015.

En conclusion, le Groupe souhaite donc rappeler que, compte tenu de la saisonnalité traditionnelle de ses activités et des incertitudes liées au contexte économique actuel, le niveau de résultat opérationnel courant au 30 juin 2016 ne peut servir de base d'extrapolation pour ce même indicateur sur l'ensemble de l'exercice.

5. RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

5.1. Etat du résultat global consolidé

► Présentation synthétique ¹

en M€	30-juin-16	30-juin-15	% variation
Chiffre d'affaires consolidé	645,5	629,9	+2,5%
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	427,1	405,6	+5,3%
- dont publicité chaînes gratuites	398,8	381,0	+4,7%
- dont publicité chaînes cab-sat et autres medias	28,3	24,5	+15,3%
Chiffre d'affaires non publicitaire	218,3	224,4	-2,7%
Résultat opérationnel courant (EBITA) consolidé	136,0	102,6	+32,6%
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises	-0,5	-0,5	n.a
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	135,4	102,0	+32,7%
Résultat financier	0,1	0,4	n.a
Part dans les sociétés mises en équivalence	0,9	0,9	n.a
Impôts différés et exigibles	-52,9	-45,0	+17,6%
Résultat net de la période	83,5	58,3	+43,1%
Résultat net de la période attribuable au Groupe	83,5	58,3	+43,1%

Au cours du 1^{er} semestre de l'exercice 2016, le Groupe M6 a enregistré une croissance de +5,3% de son chiffre d'affaires publicitaire, dont +6,3% au 2^{ème} trimestre, reflétant la solidité de ses audiences TV et internet.

L'activité moins dynamique de téléachat pèse sur les revenus non publicitaires du Groupe, qui s'élèvent à 218,3 M€, et affichent un recul de -2,7% sur le 1^{er} semestre.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit ainsi à 645,5 M€ (+2,5%).

Le résultat opérationnel courant (EBITA) du Groupe M6 atteint 136,0 M€, en progression de 33,4 M€, reflétant :

- le recul de -10,1 M€ des activités de Télévision, en raison de l'impact net de la diffusion de l'Euro 2016 et d'investissements dans les programmes des chaînes gratuites et payantes,
- le résultat opérationnel non récurrent de +42,6 M€ correspondant à l'indemnité contractuelle liée à l'arrêt progressif du contrat M6 mobile (50 M€), diminuée de son impact mécanique sur les charges opérationnelles (-7,4 M€),
- la stabilité des autres activités (-0,1 M€).

¹ 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 produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.



La charge d'impôt s'élève à -52,9 M€, en hausse de 7,9 M€ sur un an, du fait de la hausse du résultat opérationnel et de la baisse du taux.

Le résultat net s'établit ainsi à 83,5 M€, soit une marge nette de 12,9%.

Par segment, les évolutions sont les suivantes :

en M€	1 ^{er} Trimestre			2 ^{ème} Trimestre			1 ^{er} Semestre		
	2016	2015	%	2016	2015	%	2016	2015	%
TV	201,0	196,1	+2,5%	228,5	215,7	+5,9%	429,5	411,8	+4,3%
Production & Droits audiovisuels	30,5	27,0	+12,9%	25,0	21,6	+15,5%	55,5	48,6	+14,1%
Diversifications	80,2	84,3	-4,8%	80,1	85,1	-5,9%	160,3	169,4	-5,3%
Autres CA	0,1	0,1	n.a	0,1	0,1	n.a	0,2	0,2	n.a
Chiffre d'affaires consolidé	311,8	307,4	+1,4%	333,7	322,5	+3,4%	645,5	629,9	+2,5%
TV							69,6	79,7	-12,7%
Production & Droits audiovisuels							5,0	3,8	+33,7%
Diversifications							70,6	21,4	+230,5%
Résultats non affectés							-9,2	-2,3	n.a
Résultat opérationnel courant consolidé (EBITA)							136,0	102,6	+32,6%

► Télévision

Dans un environnement toujours marqué par le processus de fragmentation (les 6 nouvelles chaînes de la TNT gagnent encore +1,6 pt d'audience sur le semestre), le Groupe a continué d'investir dans les programmes de l'ensemble de ses chaînes, gratuites et payantes.

Ainsi le coût de la grille des chaînes gratuites s'est élevé à 232,6 M€, en hausse de 24,0 M€, comprenant les matchs de l'Euro 2016 diffusés en juin.

Grâce au renforcement de son offre programmes, la famille de chaînes gratuites du Groupe M6 progresse et réalise au 1^{er} semestre 2016 une part d'audience moyenne de 13,8% (*source Médiamétrie*) sur les 4 ans et plus (+0,4 pt) et de 21,7% sur la cible commerciale (+1,2 pt), s'affichant comme le seul groupe historique à progresser en un an sur chacune des deux cibles :

- la chaîne M6 affiche une part d'audience de 10,1% sur l'ensemble des téléspectateurs, en progression de +0,3 pt, et de 15,8% sur la cible commerciale (+0,9 pt).

Ce renforcement stratégique résulte :

- ✓ de la réussite de son enchaînement en avant-soirée (*Les Reines du Shopping, Chasseurs d'appart, Le 19'45* et *Scènes de ménages*),
- ✓ de la pertinence de son offre en soirée, qui combine nouveautés (*A l'état sauvage, Garde à vous* ...) et marques fortes (*The Island, Top Chef, Zone Interdite*, ...),
- ✓ de sa programmation événementielle marquée par la diffusion de l'UEFA Euro 2016 dont les audiences exceptionnelles sont venues couronner la stratégie d'acquisition d'un nombre limité de matchs tout en profitant fortement de l'événement.

L'Euro 2016 permet en effet à la chaîne de réaliser des performances record, à l'instar de la retransmission de la Finale Portugal / France qui a rassemblé 20,8 M de téléspectateurs, soit son record historique depuis sa création, et la 5^{ème} meilleure audience historique de la télévision.

- W9 est la 2^{ème} chaîne TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans sur l'ensemble de la journée avec 3,7% de part d'audience.
- 6ter se classe en tête des nouvelles chaînes TNT sur la cible commerciale (femmes responsables des achats de moins de 50 ans) avec 2,2% de part d'audience.



Dans un marché publicitaire TV toujours volatil et qui a affiché au 1^{er} semestre une croissance modérée et tirée par l'Euro 2016, les recettes publicitaires des chaînes gratuites enregistrent une progression de +4,7% grâce à la hausse des audiences.

L'activité TV contribue ainsi à hauteur de 69,6 M€ à l'EBITA, contre 79,7 M€ au 30 juin 2015, permettant au Groupe M6 de maintenir la marge opérationnelle courante de son cœur de métier à un niveau élevé (16,2%) malgré les coûts exceptionnels liés à la diffusion de l'Euro².

► Production et droits audiovisuels

Au 1^{er} semestre 2016, le chiffre d'affaires de l'activité Production et Droits audiovisuels s'élève à 55,5 M€, en progression de +14,1% sur un an, grâce à un calendrier de sorties cinéma plus fourni qu'au 1^{er} semestre 2015 (11 films sortis en salles par SND, vs. 4 films au 1^{er} semestre 2015), et marqué par les succès de *Divergente 3* (2,2 M), *Les 8 Salopards* (1,8 M) et *Adopte un veuf* (1,1 M).

Le 1^{er} semestre a également été marqué par les sorties de 3 films coproduits par M6 Films (*Chocolat*, *Amis publics*, et *Un Homme à la hauteur*) qui totalisent 3,3 M d'entrées en salles.

Ces bonnes performances permettent à l'activité d'afficher un EBITA de +5,0 M€, en progression de +1,2 M€.

► Diversifications

Au 1^{er} semestre 2016, le chiffre d'affaires des Diversifications s'élève à 160,3 M€ (-5,3% par rapport au 1^{er} semestre 2015), avec une contribution à l'EBITA de 70,6 M€, dont 50 M€ apportés par la contribution non récurrente du contrat M6 mobile, et correspondant à l'indemnité contractuelle versée par Orange lors de l'accord sur l'arrêt progressif de la commercialisation de l'offre.

Les activités récurrentes, dont la marge opérationnelle atteint 12,9% en moyenne, contribuent à hauteur de 20,6 M€ à l'EBITA, en baisse de -1,2 M€ sur un an, qui s'explique par :

- un recul de -2,4 M€ de la contribution commerciale de M6 mobile,
- une hausse de +0,4 M€ du résultat opérationnel courant des autres activités de M6 Web, qui atteint 5,8 M€ avant prise en compte des pertes de lancement (-2,2 M€) de son réseau de chaînes internet (*Golden Moustache*, *Rose Carpet*, ...)
Le chiffre d'affaires de M6 Web hors M6 Mobile progresse de +2,8 M€ et atteint 35,2 M€ grâce à la forte progression des recettes publicitaires vidéo sur internet. La nouvelle version de 6play est un succès : 6 mois après son lancement elle rassemble déjà plus de 10 millions d'utilisateurs inscrits, avec une audience en forte croissance, avec une moyenne de 110 millions de vidéos vues par mois sur tous les écrans (+50% de croissance en un an, *source Médiamétrie, de décembre à mai*).
- Ventadis, qui renouvelle progressivement son offre de produits du télé-achat, et qui voit son chiffre d'affaires et son EBITA reculer respectivement de -7,2 M€ et -4,4 M€ ;
- le F.C.G.B, qui a terminé le championnat de France de Ligue 1 à la 11^{ème} place, et qui affiche un EBITA en progression de +5,9 M€ grâce aux cessions de joueurs réalisées lors du mercato d'hiver.

► Eliminations et résultats non affectés

Les charges non affectées progressent de -7 M€, en raison de l'impact mécanique de l'indemnité non récurrente M6 mobile sur les charges opérationnelles.

² Les matchs diffusés sur le mois de juillet dégageront néanmoins une marge positive



5.2. Etat de la situation financière consolidée

Au 30 juin 2016, le total bilan s'établit à 1 197,2 M€ en augmentation de +7,0 M€ (+0,6%) par rapport au 31 décembre 2015.

La situation financière consolidée au 31 décembre 2015 a été retraitée par rapport aux comptes publiés : 17,2 M€ d'avoirs divers à émettre ont été reclassés d'autres dettes d'exploitation à créances clients nettes.

Les actifs non courants s'élèvent à 387,8 M€, contre 377,0 M€ au 31 décembre 2015.

Cette progression reflète :

- l'accroissement des immobilisations incorporelles (+17,0 M€) sous l'effet notamment des acquisitions de droits audiovisuels par SND ;
- la baisse des actifs d'impôts différés (-3,8 M€).

Hors trésorerie et équivalents de trésorerie, les actifs courants s'établissent à 719,1 M€ en nette progression (+81,7 M€ soit +12,8%) par rapport au 31 décembre 2015.

L'augmentation des créances clients nettes (+59,6 M€ soit +25,7%) explique l'essentiel de la variation comme chaque année au cours du 1^{er} semestre (+46,5 M€ au 1^{er} semestre 2015) en raison de la saisonnalité des activités.

L'accroissement des stocks de droits de diffusion (+28,6 M€) en particulier sur les séries 52 minutes et la baisse des autres actifs courants (-4,2 M€), sont les deux principales variations enregistrées sur les autres postes de l'actif courant.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 90,3 M€, en recul de -85,5 M€ par rapport au 31 décembre 2015 (cf. commentaires sur le tableau de flux de trésorerie consolidé).

Au passif du bilan, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 561,9 M€.

Leur variation par rapport à la clôture 2015 (-22,0 M€) s'explique principalement par :

- la distribution de dividendes pour -107,7 M€ ;
- le résultat net part du Groupe du 1^{er} semestre 2016 pour +83,5 M€.

Les autres éléments composant le passif (passifs courants et non courants) s'établissent à 635,6 M€, contre 606,5 M€ au 31 décembre 2015.

Cette progression reflète principalement :

- l'accroissement de la dette d'impôt courant (+11,7 M€) en lien avec la progression du résultat opérationnel ;
- la hausse des dettes fiscales et sociales (+12,7 M€ soit 15,9 %) sous l'effet notamment de la hausse de la TVA collectée sur M6 Web.

5.3. Tableau de trésorerie consolidé

Les flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles s'élèvent à +103,1 M€ au 30 juin 2016, à un niveau significativement supérieur à celui relevé au 30 juin 2015 (+39,0 M€).

Cette hausse de +64,1 M€ résulte des évolutions suivantes :

- la forte hausse de la capacité d'autofinancement avant impôt dégagée par le Groupe (+40,4 M€ à 191,3 M€) en lien avec la progression du résultat opérationnel (EBIT) (+33,4 M€) ;
- la variation du besoin en fonds de roulement (« BFR »), hors créance et dette d'impôt, se traduit par un emploi de la trésorerie pour -54,5 M€, contre -60,0 M€ au 1^{er} semestre 2015 ;



- l'absence de versement exceptionnel au bénéfice de la ville de Bordeaux au titre d'avances sur les loyers dus par le Football Club des Girondins de Bordeaux (+20,0 M€).

Pour les six premiers mois de 2016, les flux de trésorerie affectés aux investissements ont consommé pour -78,5 M€ de trésorerie alors qu'ils en avaient consommé pour -89,2 M€ au 1^{er} semestre 2015.

Ce recul de la trésorerie consommée reflète essentiellement l'absence de décaissements nets au titre des acquisitions et cessions d'entités sur le 1^{er} semestre 2016 (+31,3 M€) et la hausse des investissements liée aux acquisitions de droits audiovisuels par SND (-20,3 M€).

Les flux de trésorerie résultant des opérations de financement constituent un emploi à hauteur de -110,0 M€ quand ces flux s'établissaient à -82,9 M€ au 1^{er} semestre 2015.

Cette variation de -27,1 M€ s'explique principalement par la non-réurrence d'élément exceptionnel du 1^{er} semestre 2015 tel que la récupération du dépôt consenti dans le cadre du projet du nouveau stade de Bordeaux (-20,1 M€).

Le semestre se traduit donc par une baisse de la trésorerie de -85,5 M€ par rapport au 31 décembre du précédent exercice, contre une baisse de trésorerie de -133,1 M€ observée sur le 1^{er} semestre 2015.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'établissent ainsi à +90,3 M€ au 30 juin 2016 contre +127,8 M€ au 30 juin 2015.

Le Groupe affiche une trésorerie nette de +91,6 M€ au 30 juin 2016.

5.4. Parties liées

Les informations concernant les transactions réalisées avec les parties liées sont détaillées en note 23 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels résumés.

5.5. Evénements post-clôture

Le 22 juillet 2016 le Groupe M6 a conclu l'acquisition de MANDARIN CINEMA, société détentrice d'un catalogue de 32 longs métrages, parmi lesquels *Chocolat*, *OSS 117 – Rio ne répond plus*, *Potiche*, *De l'autre côté du périph*, *Pattaya*.

Avec cette acquisition ciblée, le Groupe M6 poursuit la consolidation de ses activités de distribution de droits audiovisuels en complétant son catalogue, désormais riche de près de 1 300 longs métrages.

A la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} juillet 2016 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.

5.6. Information sectorielle

Télévision

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Total Pôle TV	438,9	429,5	69,6	421,9	411,8	79,7	17,0	17,7	(10,2)

Production et droits audiovisuels

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Total Pôle Production & Droits Audiovisuels	63,7	55,5	5,0	52,8	48,6	3,8	10,9	6,8	1,3

Diversifications

En M€	30/06/2016			30/06/2015			Variation 2016/2015		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Pôle Interactions	5,1	4,2	2,2	4,9	3,8	1,9	0,2	0,4	0,3
Pôle Ventadis	79,5	76,0	3,9	86,1	83,2	8,3	(6,5)	(7,2)	(4,4)
Pôle Interactivité	50,3	49,2	64,2	51,3	50,1	16,8	(1,0)	(1,0)	47,4
Pôle Girondins	31,2	31,0	0,3	32,5	32,3	(5,6)	(1,3)	(1,3)	6,0
Eliminations intra-segment	(4,8)	-	-	(4,2)	-	-	(0,6)	-	-
Total Diversifications	161,2	160,3	70,6	170,6	169,4	21,4	(9,3)	(9,1)	49,2

5.7. TV gratuite : marge brute de la grille

En M€	30/06/2016	30/06/2015	Variation 2016/2015	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors-Groupe	398,8	381,0	17,8	4,7%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	4,6	5,7	(1,1)	-19,8%
Coût de la régie, taxes d'activité et coûts de diffusion	(91,4)	(93,8)	2,4	-2,6%
Recettes nettes diffuseurs	312,0	292,9	19,1	6,5%
Coût de la grille	(232,6)	(208,6)	(24,0)	11,5%
Marge Brute de la grille	79,5	84,3	(4,9)	-5,8%
En %	25,5%	28,8%		



METROPOLE TELEVISION – M6

SOCIETE ANONYME A DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE AU CAPITAL DE

50 565 699,20 €

SIEGE SOCIAL : 89 AVENUE CHARLES DE GAULLE – 92575 NEUILLY-SUR-SEINE CEDEX

339 012 452 RCS NANTERRE

Comptes consolidés semestriels condensés au 30/06/2016



A.	Etats financiers condensés au 30/06/2016	27
1.	Etat de la situation financière consolidée.....	27
2.	Etat du résultat global consolidé.....	28
3.	Tableau de flux de trésorerie consolidés	29
4.	Etat de variation des capitaux propres consolidés	30
B.	Notes annexes aux comptes consolidés condensés	31
1.	Faits marquants du semestre.....	31
2.	Informations sur l'entreprise.....	31
3.	Préparation et présentation des états financiers consolidés	31
4.	Changements de méthode.....	32
5.	Saisonnalité	33
6.	Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation	33
7.	Informations sectorielles.....	33
8.	Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles.....	35
9.	Rémunérations en actions.....	36
10.	Résultat financier.....	37
11.	Impôt sur le résultat.....	37
12.	Résultat par action	38
13.	Dividendes.....	39
14.	Immobilisations incorporelles.....	39
15.	Goodwill.....	40
16.	Immobilisations corporelles.....	41
17.	Stocks.....	41
18.	Participations dans les coentreprises et entreprises associées	41
19.	Instruments financiers	42
20.	Actions composant le capital de Métropole Télévision	45
21.	Provisions	45
22.	Actifs et passifs éventuels.....	47
23.	Parties liées	49
24.	Événements post clôture.....	49

A. Etats financiers condensés au 30/06/2016

1. Etat de la situation financière consolidée

ACTIF

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2016	31/12/2015 (1)
Goodwill	15	89,7	89,7
Droits audiovisuels	14	43,9	34,5
Autres immobilisations incorporelles	14	92,2	84,6
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		225,9	208,9
Terrains	16	19,3	19,3
Constructions	16	74,2	76,6
Autres immobilisations corporelles	16	22,9	21,9
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		116,4	117,7
Actifs financiers disponibles à la vente	19.1	0,4	0,3
Autres actifs financiers non courants	19.1	3,4	4,1
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	18	5,9	6,1
ACTIFS FINANCIERS		9,7	10,4
Autres actifs non courants	19.1	18,6	18,9
Actifs d'impôts différés		17,3	21,1
ACTIF NON COURANT		387,8	377,0
Stocks de droits de diffusion	17	235,2	206,6
Autres stocks	17	18,2	17,4
Créances clients nettes	19.1	291,5	231,9
Impôts courants		1,1	4,7
Instruments financiers dérivés	19.1	-	0,2
Autres actifs financiers courants	19.1	0,8	-
Autres actifs courants	19.1	172,4	176,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	19.1	90,3	175,8
ACTIF COURANT		809,4	813,2
TOTAL ACTIF		1 197,2	1 190,2

PASSIF

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2016	31/12/2015 (1)
Capital social		50,6	50,6
Prime d'émission		7,6	7,6
Actions propres		(2,2)	(2,2)
Réserves consolidées		433,8	425,6
Autres réserves		(11,4)	(12,6)
Résultat part du Groupe		83,5	115,0
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		561,9	583,9
Intérêts non-contrôlants		(0,3)	(0,3)
CAPITAUX PROPRES	20	561,6	583,7
Provisions	21	12,2	11,1
Dettes financières	19.2	1,0	1,1
Autres passifs financiers	19.2	25,0	24,7
Autres dettes	19.2	-	0,7
Passifs d'impôts différés		-	2,3
PASSIF NON COURANT		38,2	39,9
Provisions	21	75,6	78,7
Dettes financières	19.2	0,3	0,6
Instruments financiers dérivés	19.2	0,2	0,1
Autres passifs financiers	19.2	8,3	10,5
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	19.2	369,0	362,0
Autres dettes d'exploitation	19.2	26,6	23,3
Impôts courants		13,4	1,7
Dettes fiscales et sociales	19.2	92,7	80,0
Dettes sur immobilisations	19.2	11,3	9,8
PASSIF COURANT		597,4	566,6
TOTAL PASSIF & CAPITAUX PROPRES		1 197,2	1 190,2

(1) L'écart par rapport aux comptes publiés au 31 décembre 2015 correspond au reclassement des avoirs divers à émettre de 17,2 M€ d'autres dettes d'exploitation à créances clients nettes.

2. Etat du résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2016 6 mois	30/06/2015 6 mois
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE			
Chiffre d'affaires	7	645,5	629,9
Autres produits opérationnels	8.1	69,9	4,5
Total des produits opérationnels		715,4	634,5
Consommations et autres charges opérationnelles	8.2	(344,6)	(313,1)
Charges de personnel (yc participation)		(132,9)	(124,1)
Impôts, taxes et versements assimilés		(31,9)	(30,5)
Dotations aux amortissements et aux dépréciations (nettes de reprises)	8.3	(70,5)	(64,8)
Perte de valeur des actifs non amortissables	8.3 / 15	-	-
Total des charges opérationnelles		(579,9)	(532,4)
Plus-value sur cessions d'immobilisations		-	-
Résultat opérationnel		135,4	102,0
Produits de la trésorerie		0,4	1,0
Coût de l'endettement		(0,1)	-
Réévaluation des instruments dérivés		-	(0,1)
Plus-values de cession des actifs financiers disponibles à la vente		-	-
Autres éléments financiers		(0,2)	(0,5)
Résultat financier	10	0,1	0,4
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	18	0,9	0,9
Résultat courant avant impôt		136,4	103,3
Impôt sur le résultat	11	(52,9)	(45,0)
Résultat net des activités poursuivies		83,5	58,3
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession / cédées		-	-
Résultat net de la période		83,5	58,3
attribuable au Groupe	12	83,5	58,3
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)
Résultat part du Groupe par action (en euros)	12	0,661	0,462
Résultat part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	0,661	0,462
Résultat dilué part du Groupe par action (en euros)	12	0,657	0,458
Résultat dilué part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)	12	0,657	0,458
RESULTAT GLOBAL CONSOLIDE			
Résultat net consolidé		83,5	58,3
<i>Autres éléments du résultat global recyclables en résultat :</i>			
Variation de la valeur des instruments dérivés		1,9	(10,9)
Variation des écarts de conversion		(0,0)	0,1
Impôts sur les éléments recyclables		(0,7)	3,8
<i>Autres éléments du résultat global non recyclables en résultat :</i>			
Pertes et gains actuariels		(0,7)	(0,5)
Impôts sur les éléments non recyclables		0,2	0,2
Autres éléments du résultat global		0,7	(7,3)
Résultat global de la période		84,2	51,0
attribuable au Groupe		84,2	51,0
attribuable aux intérêts non-contrôlants		(0,0)	(0,0)

3. Tableau de flux de trésorerie consolidés

<i>(en millions d'euros)</i>	Note n°	30/06/2016	30/06/2015
Résultat opérationnel des activités poursuivies		135,4	102,0
Amortissements et provisions hors actifs circulants		67,5	44,7
Plus-values et moins-values de cession		(15,0)	(0,2)
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		2,8	3,1
Résultat opérationnel retraité des éléments sans incidence sur la trésorerie		190,7	149,6
Produits perçus de la trésorerie		0,7	1,4
Intérêts payés		(0,1)	(0,0)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT AVANT IMPOT		191,3	150,9
Diminution / (Augmentation) des stocks nets	17	(29,5)	(19,3)
Diminution / (Augmentation) des créances d'exploitation nettes	19	(46,4)	(48,4)
(Diminution) / Augmentation des dettes d'exploitation	19	21,3	7,7
VARIATION du BESOIN en FONDS de ROULEMENT		(54,5)	(60,0)
Avances au titre de contrats de location	19	-	(20,0)
Impôt sur les sociétés et assimilés décaissés		(33,8)	(31,9)
FLUX DE TRESORERIE PROVENANT DES ACTIVITES OPERATIONNELLES		103,1	39,0
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	14	(80,7)	(55,4)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	16	(5,2)	(4,4)
Acquisitions d'immobilisations financières	19	(0,1)	(0,2)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales et d'activités		-	(31,3)
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales		-	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	14 / 16	7,6	1,9
Cessions ou réductions d'immobilisations financières	19	(0,1)	0,1
Dividendes reçus		-	-
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		(78,5)	(89,2)
Opérations de financement			
Augmentation / réduction de capital		-	-
Actifs financiers	19	(0,1)	19,3
Passifs financiers		(0,4)	(1,1)
Produits des exercices de stock-options		-	6,3
Acquisitions et cessions d'actions propres		(2,1)	(0,2)
Dividendes versés	13	(107,4)	(107,2)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		(110,0)	(82,9)
Effet des écarts de conversion de trésorerie		(0,0)	0,1
VARIATION GLOBALE DE TRESORERIE	19	(85,5)	(133,1)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	19	175,8	260,9
TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE A LA CLOTURE		90,3	127,8

4. Etat de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Nombre d'actions (en milliers)	Capital social	Prime d'émission	Actions propres	Réserves consolidées Résultat Groupe	Variations des justes valeurs Ecart de conversion	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts non contrôlants	Capitaux propres
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2015	126 282,4	50,5	5,4	(1,2)	533,6	(5,4)	583,0	(0,3)	582,7
Variation de la valeur des instruments dérivés						(7,2)	(7,2)	-	(7,2)
Variation de la valeur des actifs disponibles à la vente						-	-	-	-
Pertes et gains actuariels					(0,3)		(0,3)		(0,3)
Ecart de conversion						0,1	0,1		0,1
Autres éléments du résultat					(0,3)	(7,0)	(7,3)		(7,3)
Résultat de la période					58,3		58,3	(0,0)	58,3
Résultat global total de la période					58,0	(7,0)	51,0	(0,0)	51,0
Dividendes distribués					(108,0)		(108,0)		(108,0)
Variations de capital de l'entreprise consolidante	151,8	0,1	2,2				2,2		2,2
Acquisitions/Cessions d'actions propres				(0,2)			(0,2)		(0,2)
Total des transactions actionnaires		0,1	2,2	(0,2)	(108,0)		(106,0)		(106,0)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					3,0		3,0		3,0
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites							-		-
Autres mouvements					(1,0)		(1,0)	0,1	(0,9)
SITUATION AU 30 JUIN 2015	126 414,2	50,6	7,6	(1,4)	485,5	(12,4)	530,0	(0,2)	529,7
SITUATION AU 1^{er} JANVIER 2016	126 414,2	50,6	7,6	(2,2)	540,6	(12,6)	583,9	(0,3)	583,7
Variation de la valeur des instruments dérivés						1,2	1,2		1,2
Variation de la valeur des actifs disponibles à la vente						-	-		-
Pertes et gains actuariels					(0,5)		(0,5)		(0,5)
Ecart de conversion						(0,0)	(0,0)		(0,0)
Autres éléments du résultat					(0,5)	1,2	0,7		0,7
Résultat de la période					83,5		83,5	(0,0)	83,5
Résultat global total de la période					83,0	1,2	84,2	(0,0)	84,2
Dividendes distribués					(107,7)		(107,7)		(107,7)
Variations de capital de l'entreprise consolidante							-		-
Acquisitions/Cessions d'actions propres				0,0	(1,4)		(1,4)		(1,4)
Total des transactions actionnaires				0,0	(109,1)		(109,1)		(109,1)
Coûts des stocks options et des actions gratuites (IFRS2)					2,8		2,8		2,8
Instruments de couverture des attributions d'actions gratuites					0,0		0,0		0,0
Autres mouvements							-		-
SITUATION AU 30 JUIN 2016	126 414,2	50,6	7,6	(2,2)	517,3	(11,4)	561,9	(0,3)	561,6

B. Notes annexes aux comptes consolidés condensés

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

1. Faits marquants du semestre

Le 27 mai 2016, les Groupes Orange et M6 ont annoncé leur décision conjointe de transférer progressivement les abonnés M6 mobile by Orange vers des offres Orange équivalentes.

Le Groupe M6 continuera à percevoir une rémunération au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque.

Par ailleurs, le Groupe a perçu au 30 juin 2016 une indemnité contractuelle de 50 M€ au titre de la fin de commercialisation (cf. note 8).

2. Informations sur l'entreprise

Les états financiers consolidés au 30 juin 2016 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 25 juillet 2016 et examinés par le Conseil de Surveillance du 26 juillet 2016. Ils sont constitués des états financiers condensés et d'une sélection de notes explicatives.

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. Elle est cotée à Paris sur le compartiment A d'Euronext (code ISIN FR0000053225). Elle est en outre consolidée suivant la méthode de l'intégration globale par le Groupe RTL, coté sur les marchés de Bruxelles, de Luxembourg et de Francfort.

3. Préparation et présentation des états financiers consolidés

DECLARATION DE CONFORMITE ET BASES DE PREPARATION

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2016 ont été préparés en conformité avec IAS 34 - *Information financière intermédiaire* et sur la base d'états financiers condensés conformes aux normes IFRS en vigueur au sein de l'Union Européenne.

Le référentiel IFRS adopté dans l'Union Européenne au 30 juin 2016 est disponible à la rubrique Normes et interprétations IAS/IFRS, SIC et IFRIC adoptées par la Commission sur le site suivant : http://ec.europa.eu/finance/accounting/index_fr.htm.

Les comptes semestriels n'incluent donc pas l'intégralité des informations nécessaires à l'établissement de comptes annuels. Ils doivent être lus conjointement avec les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2015.

REGLES ET METHODES COMPTABLES

Les règles et méthodes comptables appliquées par le Groupe pour établir les comptes consolidés au 30 juin 2016 sont comparables à celles appliquées au 31 décembre 2015, à l'exception des nouvelles normes, amendements aux normes existantes et nouvelles interprétations d'application obligatoire au 1^{er} janvier 2016.



NOUVELLES NORMES, AMENDEMENTS ET INTERPRETATIONS EN VIGUEUR AU SEIN DE L'UNION EUROPEENNE ET D'APPLICATION OBLIGATOIRE POUR LES EXERCICES OUVERTS AU 1^{ER} JANVIER 2016

L'adoption des textes suivants n'a pas eu d'impact sur l'information présentée par le Groupe :

- Amendements à IAS 1 – *Présentation des états financiers – Initiative informations à fournir*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2016 ;
- Amendements à IAS 16 et IAS 38 – *Clarification sur les modes d'amortissement acceptables*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2016 ;
- Amendements à IFRS 11 – *Comptabilisation des acquisitions d'intérêts dans une entreprise commune*, applicables aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2016 ;
- Améliorations annuelles des IFRS (cycle 2012-2014), applicables à compter des exercices ouverts au plus tard le 1^{er} janvier 2016.

Par ailleurs, aucune norme n'a été appliquée par anticipation sur le semestre.

NORMES PUBLIEES PAR L'IASB MAIS NON ENCORE APPROUVEES PAR L'UNION EUROPEENNE

Le Groupe pourrait être concerné par :

- Amendements à IFRS 10, IFRS 12 et IAS 28 – *Exemption de consolidation applicable aux entités d'investissement*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2016 ;
- Amendements à IFRS 10 et IAS 28 – *Vente ou apport d'actifs entre un investisseur et une entreprise associée ou une coentreprise* ;
- Amendements à IAS 12 – *Comptabilisation d'actifs d'impôt différé au titre de pertes latentes*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2017 ;
- Amendement à IAS 7 – *Initiative concernant les informations à fournir*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2017 ;
- IFRS 9 – *Instruments financiers*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRS 15 et clarifications d'IFRS 15 – *Produits provenant des activités ordinaires tirés de contrats conclus avec des clients*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2018 ;
- IFRS 16 – *Contrats de location*, applicable aux exercices ouverts à partir du 1^{er} janvier 2019.

L'analyse des conséquences pour le Groupe de la première application de ces normes est en cours. A l'exception d'IFRS 16, cette dernière ne devrait pas avoir d'effet matériel sur les situations et performances financières du Groupe.

4. Changements de méthode

Au 1^{er} semestre 2016, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables.



5. Saisonnalité

Les activités du Groupe sont pour partie soumises à des effets de saisonnalité et il en résulte généralement un résultat net consolidé du premier semestre supérieur à celui enregistré sur le second semestre.

Notamment, les chaînes pâtissent au cours du second semestre à la fois d'un niveau moindre des recettes publicitaires durant les mois d'été et d'une augmentation des coûts liés aux programmes au moment de la rentrée de septembre et des fêtes de fin d'année. Cette saisonnalité peut cependant être significativement modifiée dans le cas où un ou des événements ponctuels pesant sur le coût des programmes (événements sportifs majeurs par exemple) sont diffusés au cours du premier semestre.

Les activités du pôle Ventadis sont marquées par une saisonnalité forte avec un accroissement du chiffre d'affaires et du résultat au second semestre, porté par les ventes réalisées dans le contexte des fêtes de fin d'année.

Le résultat du FC Girondins de Bordeaux est fortement corrélé à la participation et au succès du club dans les compétitions à éliminations (coupes nationales, compétitions européennes) et à la cession de joueurs. Le premier semestre est ainsi généralement meilleur que le second, la prime de classement liée à la performance du club en Ligue 1 (championnat de France) étant reconnue au cours du second semestre de la saison sportive qui correspond au premier semestre de l'année civile et de l'exercice du Groupe.

Les autres activités du Groupe sont moins affectées par des effets de saisonnalité.

6. Regroupements d'entreprises / Evolution du périmètre de consolidation

Le périmètre de consolidation du Groupe a évolué de la façon suivante au cours du 1^{er} semestre 2016 :

- Fusion de la société Métropole Production dans la société Métropole Télévision au 1^{er} janvier 2016 (sans impact sur les comptes consolidés) ;
- Fusion des sociétés Odiso et Oxygem IT dans la société Oxygem au 1^{er} janvier 2016 (sans impact sur les comptes consolidés).

Au cours du 1^{er} semestre 2015, le Groupe avait acquis 100 % du capital de la société Oxygem.

7. Informations sectorielles

Les secteurs opérationnels du Groupe sont ceux sur lesquels est basé le reporting de gestion interne établi mensuellement et communiqué au principal décideur opérationnel, le Directoire, ainsi qu'aux autres décisionnaires opérationnels, les dirigeants des filiales ou directions du Groupe.

Les indicateurs de performance plus particulièrement suivis sont le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant (EBITA), qui se définit comme le résultat opérationnel avant prise en compte des produits et charges liés aux regroupements d'entreprises et du résultat de cession de filiales et participations. Sont également analysés régulièrement les capitaux employés et les investissements réalisés par secteur afin d'apprécier la rentabilité des ressources allouées à ces derniers et de décider de la politique d'investissement future.

Le Groupe a adapté au cours des dernières années son organisation opérationnelle en fonction des marchés sur lesquels il exerce ses différents métiers :

- la diffusion TV, par un renforcement de la mutualisation entre les différentes chaînes du Groupe (acquisitions, technique, diffusion, etc.) ;
- la production et la distribution de droits audiovisuels, pour renforcer l'accès du Groupe aux contenus ;
- les diversifications, par lesquelles le Groupe innove et développe des activités complémentaires et utilisatrices du media TV.

LES ELIMINATIONS ET RESULTATS NON AFFECTES se rapportent notamment au coût des plans d'attribution d'actions gratuites, au résultat des sociétés immobilières et sociétés sans activité et à des retraitements de consolidation non alloués et correspondant essentiellement à l'élimination des marges réalisées entre sociétés du Groupe dans le cadre de cessions d'actifs stockés ou immobilisés.

RESULTAT

Les contributions de chaque secteur d'activité au résultat sont les suivantes :

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2015
Chiffre d'affaires hors-Groupe	411,8	48,6	169,4	0,2	629,9
Chiffre d'affaires inter-segments	10,1	4,2	1,2	(15,5)	-
Chiffre d'affaires	421,9	52,8	170,6	(15,3)	629,9
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	79,7	3,8	21,4	(2,3)	102,6
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises			(0,5)		(0,5)
Résultat de cession de filiales et participations					-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies					102,0
Résultat financier					0,4
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées					0,9
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies					103,3
Impôt					(45,0)
Résultat net des activités poursuivies					58,3
Résultat net des activités en cours de cession / cédées					0,0
Résultat de la période					58,3
attribuable au Groupe					58,3
attribuable aux intérêts non contrôlants					(0,0)

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations et résultats non affectés	Total 30/06/2016
Chiffre d'affaires hors-Groupe	429,5	55,5	160,3	0,2	645,5
Chiffre d'affaires inter-segments	9,4	8,2	0,9	(18,5)	-
Chiffre d'affaires	438,9	63,7	161,2	(18,3)	645,5
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	69,6	5,0	70,6	(9,2)	136,0
Produits et charges opérationnels liés aux regroupements d'entreprises			(0,5)		(0,5)
Résultat de cession de filiales et participations					-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies					135,4
Résultat financier					0,1
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées					0,9
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies					136,4
Impôt					(52,9)
Résultat net des activités poursuivies					83,5
Résultat net des activités en cours de cession / cédées					-
Résultat net de la période					83,5
attribuable au Groupe					83,5
attribuable aux intérêts non contrôlants					(0,0)

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIERE

Les contributions de chaque secteur d'activité à la situation financière sont les suivantes :

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations	Total
	31/12/2015				
Actifs du secteur	583,0	92,4	265,0	(63,2)	877,1
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	2,0	3,0	1,0		6,1
Actifs non alloués					307,0
TOTAL ACTIF	585,0	95,4	266,0	(63,2)	1 190,2
Passifs du secteur	421,7	78,5	160,0	(63,2)	597,0
Passifs non alloués					9,5
TOTAL PASSIF HORS CAPITAUX PROPRES	421,7	78,5	160,0	(63,2)	606,5
TOTAL ACTIF NET	163,3	16,9	106,0	(0,0)	583,7
Autres informations sectorielles					
Investissements corporels et incorporels	54,9	43,2	21,7		119,8
Amortissements	(60,6)	(39,8)	(15,0)		(115,4)
Dépréciations	(2,3)	(1,4)	0,3		(3,3)
Autres informations sectorielles non allouées					(4,0)

	Télévision	Production et Droits audiovisuels	Diversifications	Eliminations	Total
	30/06/2016				
Actifs du secteur	697,0	104,4	269,8	(90,1)	981,1
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	2,0	3,0	0,9		5,9
Actifs non alloués					210,2
TOTAL ACTIF	699,0	107,4	270,7	(90,1)	1 197,2
Passifs du secteur	424,0	78,3	191,2	(90,1)	603,4
Passifs non alloués					32,2
TOTAL PASSIF HORS CAPITAUX PROPRES	424,0	78,3	191,2	(90,1)	635,6
TOTAL ACTIF NET	275,0	29,1	79,5	-	561,6
Autres informations sectorielles					
Investissements corporels et incorporels	33,9	36,8	15,9		86,7
Amortissements	(24,6)	(22,8)	(8,1)		(55,5)
Dépréciations	(4,1)	(4,0)	(4,4)		(12,5)
Autres informations sectorielles non allouées					(1,5)

Les actifs non alloués correspondent principalement aux actifs du pôle immobilier, aux disponibilités, autres actifs financiers, 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.

N'ayant pas d'activité significative hors de France Métropolitaine, le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique.

8. Autres produits opérationnels et autres charges opérationnelles

8.1 Autres produits opérationnels

Les autres produits opérationnels s'élèvent à 69,9 M€ (contre 4,5 M€ au 30 juin 2015) et sont constitués principalement :

- d'une indemnité contractuelle de 50,0 M€ versée par Orange au titre de la fin de la commercialisation de l'offre M6 mobile by Orange ;
- des plus-values de cessions de joueurs de football pour 15,1 M€, contre 0,2 M€ au 30 juin 2015 ;
- des produits des subventions d'exploitation pour 2,9 M€, contre 1,8 M€ au 30 juin 2015 ;
- des produits liés aux crédits d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) pour 1,0 M€ comme au 30 juin 2015.



8.2 Consommations et autres charges opérationnelles

	30/06/2016	30/06/2015
Consommation de droits de diffusion (y compris dépréciations des stocks de droits de diffusion)	(105,4)	(118,8)
Consommations de stocks de marchandises	(29,3)	(32,0)
Programmes de flux et autres services extérieurs	(209,7)	(161,6)
Pertes de change opérationnelles	(0,0)	(0,4)
Autres charges	(0,2)	(0,3)
Consommations et autres charges opérationnelles	(344,6)	(313,1)

8.3 Dotations aux amortissements et aux dépréciations

	30/06/2016	30/06/2015
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(48,6)	(43,4)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(2,2)	(5,6)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(12,9)	(8,1)
Amortissements des immobilisations corporelles	(6,4)	(6,4)
Autres dépréciations	(0,3)	(1,4)
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-
Total dotations (nettes des reprises)	(70,5)	(64,8)

9. Rémunérations en actions

Aucune attribution d'actions gratuites n'a été décidée par le Directoire au 1^{er} semestre 2016.

En application d'IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, la juste valeur des attributions d'actions gratuites s'apprécie comme la valeur de l'action à la date d'octroi diminuée de la valeur actuelle des dividendes futurs estimés sur la période d'indisponibilité.

Sur le semestre, le solde des actions attribuées a évolué comme suit :

	Attribution à la date du plan	Attribution maximum	Solde 31/12/2015	Variation liée à la performance	Attribution	Livraison	Annulation	Solde 30/06/2016
Plans d'attribution gratuite d'actions	1 175 603	1 175 603	1 147 477	-	-	(142 677)	(12 600)	992 200
Du 14/04/2014	149 553	149 553	142 677	-	-	(142 677)	-	-
Du 13/10/2014	513 150	513 150	491 900	-	-	-	(8 700)	483 200
Du 11/05/2015	32 500	32 500	32 500	-	-	-	-	32 500
Du 28/07/2015	480 400	480 400	480 400	-	-	-	(3 900)	476 500

Les annulations enregistrées au cours du semestre résultent de départs de bénéficiaires avant ouverture de la période d'exercice de leurs droits. Elles peuvent être liées également à la non-atteinte des objectifs de performances financières assignés lors de l'attribution des plans.

Les données relatives aux plans d'attribution d'actions gratuites sont celles de référence reflétant l'atteinte des objectifs de performance fixés dans le cadre des plans de 2014 et 2015.

La charge IFRS 2 relative aux plans d'attribution d'actions gratuites ouverts au 30 juin 2016 est enregistrée dans le compte de résultat sur la ligne " Charges de personnel ". Les impacts sur le semestre sont les suivants :

	Charges de personnel	
	30/06/2016	30/06/2015
Plans d'attribution gratuite d'actions		
Du 26/07/2013	-	1,6
Du 14/04/2014	0,2	0,4
Du 13/10/2014	1,0	1,0
Du 11/05/2015	0,1	-
Du 28/07/2015	1,5	-
Charge totale	2,8	3,0

10. Résultat financier

	30/06/2016	30/06/2015
Produits des placements	0,4	0,9
Divers produits d'intérêts	0,0	0,1
Réévaluation des instruments dérivés	0,1	0,1
Revenus financiers	0,5	1,1
Intérêts sur emprunts associés et banques	(0,0)	(0,0)
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,1)	(0,1)
Réévaluation des instruments dérivés	(0,2)	(0,2)
Charges financières	(0,3)	(0,3)
Autres éléments financiers	(0,1)	(0,4)
RESULTAT FINANCIER	0,1	0,4

Les produits des placements sont en baisse sur le 1^{er} semestre 2016 (0,4 M€ contre 0,9 M€ sur le 1^{er} semestre 2015) en raison d'un rendement moyen des placements et d'un encours moyen placé en retrait. Le Groupe a toutefois maintenu une performance financière supérieure à l'EONIA moyen du semestre.

11. Impôt sur le résultat

Les composants de la charge d'impôt sur les bénéfices sont les suivants :

	30/06/2016	30/06/2015
Impôt exigible :		
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(51,1)	(37,1)
Impôt différé :		
Naissance et renversement des différences temporaires	(1,8)	(7,9)
Total	(52,9)	(45,0)

Le taux d'impôt sur les sociétés pour les sociétés membres du groupe d'intégration fiscale français est de 34,43 % sur le 1^{er} semestre 2016 contre 38 % sur l'exercice 2015.

Le taux d'imposition différée retenu pour 2016 est de 34,43 %. Il était de 38 % en 2015 pour les différences temporaires avec une échéance inférieure à un an et de 34,43% pour celles avec une échéance supérieure à un an.

Le rapprochement entre la charge réelle d'impôt du Groupe et la charge obtenue en appliquant le taux d'impôt en vigueur au résultat avant impôt est le suivant :

	30/06/2016	30/06/2015
Résultat de la période attribuable au Groupe	83,5	58,3
Intérêts non contrôlants	(0,0)	(0,0)
Impôt sur le résultat	52,9	45,0
Part du résultat dans les coentreprises et les entreprises associées	(0,9)	(0,9)
Produits et charges liés aux regroupements d'entreprises	0,2	0,9
Coût des actions gratuites (IFRS 2)	2,8	3,0
Résultat des activités poursuivies avant impôt retraité	138,5	106,3
Taux d'impôt théorique	34,43%	38,00%
Charge d'impôt théorique	(47,7)	(40,4)
Éléments en rapprochement :		
Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises ⁽¹⁾	(3,0)	(3,7)
Taxe de 3% sur dividendes ⁽²⁾	(3,2)	(3,2)
Autres différences	1,0	2,3
Charge nette d'impôt réel	(52,9)	(45,0)
Taux effectif d'impôt	38,20%	42,34%

⁽¹⁾ Le Groupe a décidé dès l'exercice 2010 de requalifier la Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (C.V.A.E.) en impôt sur le résultat. Le montant s'élève à 4,5 M€ (3,0 M€ net d'impôt) au 30 juin 2016 contre 6,0 M€ (3,7 M€ net d'impôt) au 30 juin 2015.

⁽²⁾ Le Groupe est assujéti depuis l'exercice 2013 à la contribution additionnelle à l'Impôt sur les Sociétés de 3% sur les distributions de dividendes.

Au 30 juin 2016, 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.

12. Résultat par action

	30/06/2016	30/06/2015
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	83,5	58,3
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités en cours de cession	-	-
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	83,5	58,3
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	126 317 266	126 257 969
Effet dilutif potentiel lié aux rémunérations payées en actions	735 897	1 020 216
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	127 053 163	127 278 185
Résultat par action (en euros)	0,661	0,462
Résultat par action des activités poursuivies (en euros)	0,661	0,462
Résultat dilué par action (en euros)	0,657	0,458
Résultat dilué par action des activités poursuivies (en euros)	0,657	0,458

* Ne comprend que les actions dilutives (au regard des conditions de marché prévalant à la clôture)

Le calcul du résultat dilué par action tient compte des attributions d'actions gratuites accordées lors des plans du 13 octobre 2014, du 11 mai 2015 et du 28 juillet 2015.

Les actions dilutives se montent à 735 897, l'effet dilutif sur le résultat par action représente 0,38 centime d'euro par titre.

13. Dividendes

Métropole Télévision	30/06/2016	30/06/2015
Déclarés et versés au cours du semestre	107,4	107,2
Nombre d'actions en circulation en milliers	126 345	126 162
Dividende ordinaire versé par action (en euros)	0,85	0,85

14. Immobilisations incorporelles

	Droits audiovisuels	Autres immobilisations incorporelles	Avances et acomptes	Goodwill	Total 30/06/2016
Au 1er janvier 2016, net des dépréciations et amortissements	34,5	60,5	24,1	89,7	208,9
Acquisitions	29,6	10,2	42,6	-	82,3
Cessions	(2,7)	(8,6)	(0,0)	-	(11,3)
Autres mouvements	(0,0)	0,0	-	-	(0,0)
Reclassements	28,4	2,4	(30,9)	-	(0,0)
Dépréciations	(8,4)	(4,1)	-	-	(12,5)
Dotations aux amortissements 2016	(40,2)	(11,0)	-	-	(51,3)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	(0,0)	-	-	(0,0)
Reprises d'amortissements sur cessions	2,7	7,1	-	-	9,8
Au 30 juin 2016, net des dépréciations et amortissements	43,9	56,4	35,8	89,7	225,9
Au 1er janvier 2016					
Valeur brute	865,6	768,6	25,2	122,9	1 782,4
Amortissements et dépréciations cumulés	(831,1)	(708,1)	(1,0)	(33,2)	(1 573,5)
Montant net au 1er janvier 2016	34,5	60,5	24,1	89,7	208,9
Au 30 juin 2016					
Valeur brute	920,9	793,4	36,8	122,9	1 874,1
Amortissements et dépréciations cumulés	(877,1)	(737,0)	(1,0)	(33,2)	(1 648,2)
Montant net au 30 juin 2016	43,9	56,4	35,8	89,7	225,9

Les droits audiovisuels regroupent des droits cinématographiques et télévisuels acquis dans le cadre de productions ou de coproductions mais également en application d'accords de distribution pour lesquels un montant fixe (minimum garanti) a été versé au producteur.

Les autres immobilisations incorporelles se répartissent en logiciels informatiques, coproductions et actifs liés aux indemnités de transfert des joueurs de football.

Sont principalement comptabilisés en avances et acomptes, les acomptes versés sur droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation. Les sommes versées sont reclassées en droits audiovisuels à la date d'ouverture des droits.

En application d'IAS 20 - *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du CNC sont comptabilisées en diminution de la valeur d'actif des coproductions.

L'ensemble des autres immobilisations incorporelles a la nature d'actif amortissable.

15. Goodwill

EVOLUTION

Les goodwill ont évolué comme suit :

		30/06/2016	31/12/2015
A l'ouverture, net des pertes de valeur			
		89,7	72,7
Acquisitions			
		-	17,0
A la clôture			
		89,7	89,7
A l'ouverture			
	Valeurs brutes	122,9	105,9
	Cumul des pertes de valeur	(33,2)	(33,2)
	Montant net	89,7	72,7
A la clôture			
	Valeurs brutes	122,9	122,9
	Cumul des pertes de valeur	(33,2)	(33,2)
	Montant net	89,7	89,7

REPARTITION

Les goodwill se répartissent par Unité Génératrice de Trésorerie (« UGT ») de la façon suivante :

Valeur nette		30/06/2016	31/12/2015
Télévision		-	-
Production et Droits Audiovisuels	Droits Audiovisuels	0,8	0,8
Diversifications	Internet	54,4	54,4
	E-Commerce	22,0	22,0
	Téléachat	12,5	12,5
Total		89,7	89,7

L'UGT Internet intègre M6 Web, Oxygem et Golden Moustache.
 L'UGT E-Commerce intègre Mon Album Photo, Luxview, Optilens et Printic.
 L'UGT Téléachat intègre HSS, Best of TV et Best of TV Benelux.

PERTE DE VALEUR

Le Groupe ne réalise des tests de perte de valeur lors des arrêts intermédiaires que si des indices de perte sont identifiés sur la période considérée. Aucun indice n'a été identifié au cours du 1^{er} semestre 2016.

16. Immobilisations corporelles

	Terrains	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 30/06/2016
Au 1er janvier 2016, net des dépréciations et amortissements	19,3	76,6	12,7	8,6	0,6	117,7
Acquisitions	-	0,0	2,4	1,2	1,5	5,1
Cessions	-	-	(0,3)	(0,3)	-	(0,6)
Autres mouvements	-	-	1,5	0,0	-	1,5
Reclassements	-	-	0,4	0,0	(0,4)	-
Dépréciations	-	0,0	0,0	0,0	-	0,0
Dotations aux amortissements 2016	-	(2,4)	(2,4)	(1,7)	-	(6,4)
Effets de périmètre - amortissements cumulés	-	-	(1,5)	-	-	(1,5)
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	0,3	0,3	-	0,6
Au 30 juin 2016, net des dépréciations et amortissements	19,3	74,2	13,0	8,1	1,7	116,4
Au 1er janvier 2016						
Valeur brute	19,3	130,7	63,0	31,7	0,6	245,3
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(54,1)	(50,3)	(23,1)	-	(127,5)
Montant net au 1er janvier 2016	19,3	76,6	12,7	8,6	0,6	117,7
Au 30 juin 2016						
Valeur brute	19,3	130,7	65,5	32,5	1,7	249,7
Amortissements et dépréciations cumulés	-	(56,5)	(52,4)	(24,4)	-	(133,3)
Montant net au 30 juin 2016	19,3	74,2	13,0	8,1	1,7	116,4

17. Stocks

	Stocks de droits de diffusion	Stocks de marchandises	Total 30/06/2016
Au 1er janvier 2016, net des dépréciations	206,6	17,4	224,0
Acquisitions	164,9	32,4	197,2
Actif inclus dans des activités en cours de cession	-	-	-
Acquisitions de filiales	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-
Consommations	(116,9)	(31,3)	(148,2)
(Dotations) / Reprises de dépréciations 2016	(19,4)	(0,3)	(19,6)
Au 30 juin 2016, net des dépréciations	235,2	18,2	253,4
Au 1er janvier 2016			
Coût ou juste valeur	318,2	22,1	340,3
Cumul des dépréciations	(111,6)	(4,7)	(116,3)
Montant net au 1er janvier 2016	206,6	17,4	224,0
Au 30 juin 2016			
Coût ou juste valeur	366,1	23,3	389,4
Cumul des dépréciations	(131,0)	(5,0)	(136,0)
Montant net au 30 juin 2016	235,2	18,2	253,4

18. Participations dans les coentreprises et entreprises associées

Les contributions des coentreprises et entreprises associées dans l'état de la situation financière consolidée et l'état du résultat global consolidé du Groupe sont les suivantes :

	% de détention	31/12/2015	Quote-part de résultat	Dividendes versés	30/06/2016
Participations dans les entreprises associées		3,3	(0,1)	-	3,2
<i>Quicksign</i>	25%	0,3	(0,0)	-	0,3
<i>Stéphane Plaza France</i>	49%	2,9	(0,0)	-	2,9
<i>Société des agences parisiennes</i>	25%	0,1	-	-	0,1
Participations dans les coentreprises		2,8	1,0	(1,1)	2,7
<i>Série Club</i>	50%	1,7	0,8	(0,8)	1,7
<i>HSS Belgique</i>	50%	0,4	0,2	(0,3)	0,2
<i>Panora Services</i>	50%	0,3	0,0	-	0,4
<i>TF6</i>	50%	0,3	0,0	-	0,3
<i>TF6 Gestion</i>	50%	0,1	-	-	0,1
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées		6,1	0,9	(1,1)	5,9

19. Instruments financiers

19.1 Actifs financiers

Les différentes catégories d'actifs financiers au 31 décembre 2015 et au 30 juin 2016 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2015				Ventilation par catégorie d'instruments				
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Placements détenus jusqu'à leur échéance	Prêts et créances	Instruments dérivés
Actifs financiers disponibles à la vente	0,3	-	0,3	0,3	-	0,3	-	-	-
Autres actifs financiers non courants	4,1	-	4,1	4,1	-	-	0,8	3,2	-
Autres actifs non courants	18,9	-	18,9	18,9	-	-	-	18,9	-
Créances clients	250,3	(18,5)	231,9	231,9	-	-	-	231,9	-
Instruments financiers dérivés	0,2	-	0,2	0,2	-	-	-	-	0,2
Autres actifs financiers courants	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs courants	181,9	(5,3)	176,6	176,6	-	-	-	176,6	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	175,8	-	175,8	175,8	75,1	-	-	100,7	-
Actifs	631,4	(23,7)	607,7	607,8	75,1	0,3	0,8	531,4	0,2

	30/06/2016				Ventilation par catégorie d'instruments				
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Actifs disponibles à la vente	Placements détenus jusqu'à leur échéance	Prêts et créances	Instruments dérivés
Actifs financiers disponibles à la vente	0,4	-	0,4	0,4	-	0,4	-	-	-
Autres actifs financiers non courants	3,4	-	3,4	3,4	-	-	0,8	2,6	-
Autres actifs non courants	18,6	-	18,6	18,6	-	-	-	18,6	-
Créances clients	310,1	(18,7)	291,5	291,5	-	-	-	291,5	-
Instruments financiers dérivés	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres actifs financiers courants	1,1	(0,3)	0,8	0,8	-	-	-	0,8	-
Autres actifs courants	177,3	(5,0)	172,4	172,4	-	-	-	172,4	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	90,3	-	90,3	90,3	56,8	-	-	33,5	-
Actifs	601,2	(24,0)	577,3	577,3	56,8	0,4	0,8	519,2	-

Comme chaque année au cours du 1^{er} semestre, les créances clients nettes augmentent fortement en raison de la saisonnalité des activités.

AUTRES ACTIFS FINANCIERS

	30/06/2016	31/12/2015
Comptes courants avec les coentreprises et entreprises associées	0,4	1,2
Dépôts de garantie	1,7	1,6
Autres actifs financiers	1,3	1,3
Autres actifs financiers non courants	3,4	4,1
Autres actifs financiers	0,8	-
Autres actifs financiers courants	0,8	-

AUTRES ACTIFS NON COURANTS

Sur l'exercice 2015, à la suite de la livraison du nouveau stade de Bordeaux, la somme de 20 M€ placée sous séquestre par le Football Club des Girondins de Bordeaux au bénéfice de la ville de Bordeaux a été définitivement rétrocédée à cette dernière. Cette somme est désormais comptabilisée en autres actifs à titre d'avance sur les loyers dus par le Club sur la durée de la convention d'occupation du stade (30 ans). Cette avance s'élève à 18,6 M€ au 30 juin 2016.

TRESORERIE ET EQUIVALENTS DE TRESORERIE

La trésorerie et les équivalents de trésorerie s'élèvent à 90,3 M€ au 30 juin 2016 contre 175,8 M€ au 31 décembre 2015.

La trésorerie, les comptes et dépôts à terme et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction et sont évaluées à leur juste valeur (juste valeur par résultat).

Les FCP et SICAV monétaires ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 30 juin 2016.

En application de la politique de placement décrite en note 21.3 de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2015, la quasi-intégralité des sommes est placée en FCP de trésorerie, comptes à vue rémunérés et dépôts à terme, d'une durée moyenne inférieure à 90 jours, auprès de contreparties de qualité « investment grade ».

19.2 Passifs financiers

Les différentes catégories de passifs financiers au 31 décembre 2015 et 30 juin 2016 sont présentées par poste du bilan dans le tableau ci-après :

	31/12/2015		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	1,1	1,1	-	1,1	-
Autres passifs financiers non courants	24,7	24,7	17,5	7,2	-
Autres dettes non courantes	0,7	0,7	-	0,7	-
Dettes financières courantes	0,6	0,6	-	0,6	-
Instruments financiers dérivés	0,1	0,1	-	-	0,1
Autres passifs financiers courants	10,5	10,5	0,4	10,1	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	362,0	362,0	-	362,0	-
Autres dettes d'exploitation	23,3	23,3	-	23,3	-
Dettes fiscales et sociales	80,0	80,0	-	80,0	-
Dettes sur immobilisations courantes	9,8	9,8	-	9,8	-
Passifs	512,8	512,8	17,8	494,9	0,1

	30/06/2016		Ventilation par catégorie d'instruments		
	Valeur au bilan	Juste valeur	Juste valeur par résultat	Dettes au coût amorti	Instruments dérivés
Dettes financières non courantes	1,0	1,0	-	1,0	-
Autres passifs financiers non courants	25,0	25,0	17,7	7,3	-
Autres dettes non courantes	-	-	-	-	-
Dettes financières courantes	0,3	0,3	-	0,3	-
Instruments financiers dérivés	0,2	0,2	-	-	0,2
Autres passifs financiers courants	8,3	8,3	0,4	7,9	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	369,0	369,0	-	369,0	-
Autres dettes d'exploitation	26,6	26,6	-	26,6	-
Dettes fiscales et sociales	92,7	92,7	-	92,7	-
Dettes sur immobilisations courantes	11,3	11,3	-	11,3	-
Passifs	534,4	534,4	18,0	516,1	0,2

AUTRES PASSIFS FINANCIERS

Les autres passifs financiers de 33,3 M€ incluent les dettes relatives aux promesses d'achat des titres détenus par les actionnaires minoritaires de certaines sociétés du Groupe pour 18,0 M€ et aux dettes relatives aux contrats d'achat à terme d'actions propres pour 15,2 M€.



19.3 Ventilation des actifs et passifs financiers dans la hiérarchie de juste valeur

Les informations à fournir requises par la norme IFRS 7 sont classées selon une hiérarchie de la juste valeur qui reflète l'importance des données utilisées pour faire les évaluations. Cette hiérarchie de la juste valeur est la suivante :

Niveau 1 : des cours/prix cotés (non ajustés) issus de marchés actifs pour des actifs ou passifs identiques ;

Niveau 2 : des données autres que les cours/prix cotés de niveau 1, qui sont observables pour l'actif ou le passif, soit directement (par exemple, des prix), soit indirectement (par exemple, des éléments dérivant de prix) ;

Niveau 3 : des données sur l'actif ou le passif qui ne sont pas fondées sur des données de marché observables (informations non observables).

31/12/2015	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
Actifs financiers disponibles à la vente	-	-	0,3
Instruments financiers dérivés	-	0,2	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
FCP, SICAV	48,6	-	-
Dépôts à terme	-	26,5	-
Actifs	48,6	26,7	0,3
Autres passifs financiers non courants	-	-	17,5
Autres passifs financiers courants	-	-	0,4
Instruments financiers dérivés	-	0,1	-
Passifs	-	0,1	17,8

30/06/2016	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
	Cours cotés	Données observables	Données non observables
Actifs financiers disponibles à la vente	-	-	0,4
Instruments financiers dérivés	-	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie :			
FCP, SICAV	29,0	-	-
Dépôts à terme	-	27,9	-
Actifs	29,0	27,9	0,4
Autres passifs financiers non courants	-	-	17,7
Autres passifs financiers courants	-	-	0,4
Instruments financiers dérivés	-	0,2	-
Passifs	-	0,2	18,0

20. Actions composant le capital de Métropole Télévision

<i>en milliers</i>	Actions ordinaires émises	Titres autodétenus	Actions en circulation
Nombre d'actions au 1er janvier 2015	126 262	99	126 163
Exercice des options d'achat et de souscription d'actions	152		
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		(8)	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		49	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation	-	-	
Nombre d'actions au 31 décembre 2015	126 414	140	126 274
Variation des actions propres :			
- détenues à des fins d'attribution d'actions gratuites		7	
- détenues dans le cadre du contrat de liquidité		(6)	
Application du programme de rachat d'actions pour annulation			
Nombre d'actions au 30 juin 2016	126 414	142	126 272

Les actions composant le capital de Métropole Télévision sont toutes des actions ordinaires avec un droit de vote simple. Elles sont entièrement libérées.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites, accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe, sont en place au 30 juin 2016 (cf. note 9).

21. Provisions

Les provisions ont évolué de la façon suivante sur le 1^{er} semestre 2016 :

	Provisions pour retraite	Provisions sur pertes des entreprises associées	Provisions pour litiges	Provisions sur droits hors bilan	Autres provisions pour charges	Total
Au 1er janvier 2016	11,1	-	17,0	41,0	20,6	89,7
Acquisitions de filiales						-
Cessions de filiales						-
Provisions des activités cédées						-
Dotations de la période	0,5		2,4	14,3	2,8	19,9
Utilisation	(0,1)		(1,2)	(17,2)	(1,4)	(19,8)
Reprise non utilisée			(2,0)	(0,4)	(0,3)	(2,8)
Autres variations	0,7		(0,0)		0,0	0,7
Au 30 juin 2016	12,2	-	16,2	37,6	21,8	87,8
Courant au 1 ^{er} janvier 2016	-	-	17,0	41,0	20,6	78,7
Non courant au 1 ^{er} janvier 2016	11,1	-	-	-	-	11,1
Total	11,1	-	17,0	41,0	20,6	89,7
Courant au 30 juin 2016	-	-	16,2	37,6	21,8	75,6
Non courant au 30 juin 2016	12,2	-	-	-	-	12,2
Total	12,2	-	16,2	37,6	21,8	87,8

Aux 30 juin 2016 et 31 décembre 2015, les provisions se ventilent par secteur d'activité de la façon suivante :

	30/06/2016	31/12/2015
Télévision	63,2	66,7
Production et Droits Audiovisuels	1,7	1,7
Diversifications	22,4	20,9
Autres	0,5	0,5
Total	87,8	89,7

- Les provisions pour retraite correspondent aux engagements pris au titre des indemnités de départ en retraite qui ne sont pas couverts par un contrat d'assurance ou des actifs dédiés.

Les principales hypothèses actuarielles retenues sont les suivantes :

en %	30/06/2016	30/06/2015
Taux d'actualisation	1,60	1,70
Augmentations de salaires futures *	2,69	2,65
Taux d'inflation	2,00	2,00

* médiane établie en fonction de l'âge et du statut

Le taux d'actualisation est établi pour une durée moyenne de 10 ans avec pour référence l'indice Iboxx € corporate bonds AA 10+.

Les valeurs actualisées de l'obligation ont évolué de la façon suivante :

	30/06/2016
Obligation à l'ouverture	11,1
Coût du service courant, réductions/cessations	0,4
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,1
Prestations versées	(0,1)
Ecart actuariels - Changements d'hypothèses financières	0,7
Obligation à la clôture	12,2

- Les litiges inclus dans le poste « provisions pour litiges » se rapportent à l'ensemble des procédures judiciaires engagées contre une ou des sociétés du Groupe et pour lesquelles une issue défavorable pour le Groupe est probable. Dans une très grande majorité des cas, le litige a dépassé le stade du précontentieux et est en cours d'examen, de jugement ou d'appel par les tribunaux compétents (commerce, prud'hommes, instance, correctionnel ou cour de cassation).

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.

- Les provisions sur droits hors bilan se rapportent à une perte de valeur de droits de diffusion que le Groupe s'est engagé à acquérir mais qui ne figurent pas encore en stocks au bilan.

En effet, la charge résultant de la probabilité de non-diffusion, dans la case de la grille initialement prévue, d'un droit non ouvert (et donc classé en engagement hors bilan), ne pouvant être constatée à travers la dépréciation d'un actif au bilan, est donc reconnue par le biais d'une provision pour risques et charges.

Cette dépréciation d'un droit non ouvert s'inscrit dans la logique de fonctionnement du marché des droits audiovisuels puisque les chaînes de télévision sont généralement engagées dans des accords d'approvisionnement avec des producteurs sur des productions futures sans qu'elles aient la certitude que l'ensemble de ces dernières soient de qualité homogène et diffusable au regard de leurs lignes éditoriales et de leurs cibles d'audience.

Les chaînes peuvent également être engagées à diffuser un programme de flux ou un événement dont le potentiel d'audience et d'image ne porte pas les recettes publicitaires à un niveau permettant de couvrir le coût complet du programme.

La perte de valeur du droit peut recouvrir :

- le cas d'une diffusion improbable : le programme ne pourra être diffusé faute de potentiel d'audience ;
- le cas d'une insuffisance de recettes nettes dans la fenêtre de diffusion du programme.

Dans tous les cas, les dépréciations sont appréciées dans le cadre d'une revue de portefeuille, titre par titre, au regard des objectifs d'audience et de recettes attachés à chaque programme, définis par les directions des programmes des chaînes du Groupe.

- Les « autres provisions pour charges » se rapportent à des coûts que le Groupe devrait supporter dans le cadre de l'exécution d'un contrat ou de ses obligations réglementaires et fiscales sans qu'à ce stade les sommes dues ne soient exigibles ou n'aient été exigées, notamment dans le cadre d'une procédure contentieuse ou judiciaire.
- Les montants reportés pour ces trois dernières natures de provisions correspondent à la meilleure estimation possible de la sortie de ressources futures pour le Groupe compte tenu des réclamations des plaignants, des jugements déjà prononcés le cas échéant ou de l'appréciation de la direction au regard d'expériences similaires et/ou des calculs réalisés par la direction financière.

Le Groupe considère que les échéances de décaissements liées à ces provisions s'inscrivent dans le cadre du cycle normal de l'exploitation du Groupe, ce qui justifie la classification de ces provisions en provisions courantes.

22. Actifs et passifs éventuels

A. ACHATS DE DROITS ET ENGAGEMENTS DE COPRODUCTIONS (NETS)

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.

Ils sont exprimés nets des avances et acomptes versés à ce titre pour les droits correspondants non encore enregistrés en stocks.

B. TRANSPORT D'IMAGES, LOCATION SATELLITE ET TRANSPONDEURS

Ces engagements sont relatifs à la fourniture de services de télédiffusion et à la location de capacité satellitaire et de transpondeurs auprès de sociétés privées pour la diffusion numérique.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance.

C. BAUX NON RESILIAIBLES

Il s'agit des paiements futurs minimaux pour des contrats de location simple non résiliables et en cours à la clôture de l'exercice. Ils se rapportent pour l'essentiel à des locations immobilières.

D. RESPONSABILITE SUR PASSIF DES SOCIETES EN NOM COLLECTIF

Dans la mesure où les associés d'une société en nom collectif répondent indéfiniment et solidairement des dettes portées par la société, le Groupe présente en engagements hors bilan



donnés le total du passif des sociétés en nom collectif qu'il détient, retraité des comptes de régularisation ainsi que des comptes courants d'associés, et en engagements hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

E. VENTES DE DROITS

Ces engagements recouvrent les contrats de ventes de droits de diffusion non encore disponibles au 30 juin 2016.

F. CONTRATS DE DIFFUSION

Ces engagements concernent les contrats de diffusion des chaînes du Groupe auprès de Canal+ France et des autres distributeurs.

Ces engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restant dus jusqu'à leur échéance certaine ou probable.

Les actifs immobilisés du Groupe ne sont assortis d'aucun nantissement ou hypothèque.

Les engagements hors bilan s'analysent comme suit :

	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans	Total 30/06/2016	Total 31/12/2015	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés						
Achats de droits et engagements de coproductions (bruts)	212,6	512,0	95,9	820,5	920,5	Contrats signés
Avances versées au titre des achats de droits et engagements de coproductions	(18,3)	(22,5)	(33,9)	(74,7)	(63,4)	
<i>Achats de droits et engagements de coproductions (nets)</i>	<i>194,4</i>	<i>489,6</i>	<i>62,0</i>	<i>745,9</i>	<i>857,1</i>	
Transport d'images, location satellites et transpondeurs	9,2	60,2	3,9	73,3	87,1	Contrats signés
Baux non résiliables	8,4	31,8	119,0	159,1	161,5	Baux
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif	0,8	-	-	0,8	0,9	Liquidation de la SNC
Autres	4,5	6,8	-	11,2	13,5	
Total des engagements donnés	217,2	588,3	184,9	990,3	1 120,1	
Engagements reçus						
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif	0,8	-	-	0,8	0,9	Liquidation de la SNC
Ventes de droits	16,3	37,1	0,2	53,6	63,1	Échéances annuelles
Contrats de diffusion	41,7	21,6	-	63,3	95,8	Contrats signés
Autres	21,9	37,4	-	59,3	3,2	
Total des engagements reçus	80,7	96,1	0,2	177,0	163,1	

Au 30 juin 2016, les engagements donnés par le Groupe s'élèvent à 990,3 M€ contre 1 120,1 M€ au 31 décembre 2015.

Cette diminution des engagements donnés (-129,8 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- les engagements d'achats de droits et engagements de coproductions nets des avances versées ont reculé de 111,2 M€ : en effet, la valeur totale des droits sortis des engagements car inscrits au bilan en stocks s'avère supérieure à celle des nouveaux engagements conclus au cours du semestre ;
- les engagements en lien avec les contrats de transport et de diffusion des chaînes s'élèvent à 73,3 M€ en baisse de 13,8 M€ par rapport au 31 décembre 2015.

Au 30 juin 2016, les engagements reçus par le Groupe s'élèvent à 177,0 M€ contre 163,1 M€ au 31 décembre 2015.

Cette augmentation des engagements reçus (+13,9 M€) résulte principalement des évolutions suivantes :

- l'augmentation de 56,1 M€ du nouvel engagement reçu d'Orange au titre de l'animation de la base d'abonnés et de la licence de marque « M6 Mobile » ;
- la baisse de 32,5 M€ des engagements au titre de la distribution des chaînes du Groupe, à mesure de l'exécution des contrats.

23. Parties liées

A l'exception du placement de trésorerie auprès des actionnaires décrit ci-après, les transactions avec les parties liées sont de même nature que celles décrite dans la note 26 « Parties liées » de l'annexe aux comptes consolidés clos au 31 décembre 2015.

PLACEMENT DE TRESORERIE AUPRES DES ACTIONNAIRES

Sur le 1^{er} semestre, la somme de 20 M€ a été placée durant trois mois jusqu'au 12 mai 2016 auprès de Bayard d'Antin.

En effet, aux termes d'une convention de placement de trésorerie signée entre Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision, dont la première mise en œuvre date du 1^{er} 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. Le Groupe garde également la possibilité d'emprunter auprès de Bayard d'Antin, pour autant que le montant emprunté n'excède pas 48% des montants empruntés auprès des établissements bancaires, pour des périodes allant de 1 semaine à 3 mois ; les conditions financières sont conformes aux conditions de marché.

Le renouvellement de cette convention a été autorisé par le Conseil de Surveillance du 3 novembre 2015 pour 12 mois.

24. Événements post clôture

Le 13 juillet 2016, le Groupe M6 a pris acte de la décision du Conseil d'État de ne pas invalider la décision du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel concernant le passage en clair de Paris Première. Attaché à la pérennité et à la qualité de Paris Première, le Groupe M6 demandera dans les prochaines semaines un réexamen de sa position au CSA, compte tenu notamment des éléments intervenus depuis sa dernière décision.

Le 22 juillet 2016, le Groupe M6 a conclu l'acquisition de MANDARIN CINEMA, société détentrice d'un catalogue de 32 longs métrages, parmi lesquels *Chocolat*, *OSS 117 – Rio ne répond plus*, *Potiche*, *De l'autre côté du périph*, *Pattaya*.

Avec cette acquisition ciblée, le Groupe M6 poursuit la consolidation de ses activités de distribution de droits audiovisuels en complétant son catalogue, désormais riche de plus de 1 300 titres.

Aucun autre événement important n'a été relevé depuis le 1^{er} juillet 2016, susceptible d'avoir une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité ou le patrimoine du Groupe.