

30 JUNE 2016

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT



MÉTROPOLE TÉLÉVISION

Contents

1. GROUP OPERATIONS AND MARKETS	4
1.1. Data on the Group's main markets and operations	4
1.2. Other highlights and significant events since 1 January 2016	12
2. CORPORATE GOVERNANCE	14
2.1. Supervisory Board	14
2.2. Executive Board	15
3. SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE	16
4. RISK FACTORS AND THEIR MANAGEMENT	17
4.1. Risks and uncertainties regarding the first half of the year	17
4.2. Risks and uncertainties regarding the second half of the year	18
5. HALF-YEAR FINANCIAL REPORT	19
5.1. Consolidated statement of comprehensive income	19
5.2. Consolidated statement of financial position	22
5.3. Consolidated cash flow statement	22
5.4. Related parties	23
5.5. Post-balance sheet events	23
5.6. Segment information	24
5.7. Free-to-air TV: gross margin on programming	24
CONDENSED CONSOLIDATED INTERIM FINANCIAL STATEMENTS	25
NOTES TO THE CONDENSED CONSOLIDATED INTERIM FINANCIAL STATEMENTS	31
STATUTORY AUDITORS' REPORT	50
STATEMENT OF PERSON RESPONSIBLE	52





Métropole Télévision

HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

**Half-year ended
30 June 2016**



We hereby present the financial report for the half-year ended 30 June 2016, prepared in accordance with the provisions of Articles L. 451 -1-2 III of the Monetary and Financial Code and 222-4 and subsequent of the General Regulations of the AMF.

This report will be circulated in accordance with the provisions of Article 221-3 of the General Regulations of the AMF. It will also be available on our Company's website, www.groupem6.fr.



1. GROUP OPERATIONS AND MARKETS

1.1. Data on the Group's main markets and operations

1.1.1. Television

► Equipment and audience

At the end of the first quarter of 2016, 94.1% of French households were equipped with a television (*source: Observatoire de l'équipement des foyers (Household equipment watchdog)*). Although the ownership rate fell slightly (down 1.1 pps between the first quarter of 2015 and the first quarter of 2016), it remains the most common screen in homes, ahead of computers, smartphones and tablets, which are present in 83.6%, 71.1% and 44.7% of households respectively.

Results for the first quarter of 2016 indicate that more than half of televisions are connected to the Internet. The average number of screens, which has not increased in relation to the third quarter of 2015, stood at 6.4 per household. Moreover, the penetration rate of the various television reception platforms has started to stabilise. Among the households equipped with a television, more than 55.6% receive DTT through the household aerial, which therefore remained the leading reception mode. In addition, almost one third of households have at least two modes of reception, with the most common mix combining terrestrial and broadband.

Moreover, DTT was upgraded via the widespread roll-out of High Definition on the night of 4-5 April 2016. This operation took place when the frequencies in the 700 MHz band were transferred to mobile operators, which was decided by the government. This development was possible due to the roll-out of the MPEG-4 coding standard across the entire DTT platform.

On this occasion, the CSA ensured that it reorganised the broadcasting multiplexes in order to optimise the use of the frequency band. Within this framework, the DTT channels have been grouped together within six multiplexes: R1, R2, R3, R4, R6 and R7. The multiplexes R5 and R8 stopped broadcasting television services on 5 April.



As such, M6, W9 and 6ter are now all broadcast in high definition from the multiplex Multi4, whilst Paris Première is broadcast in SD from the multiplex CNH (R3) with, in particular, the other pay TV DTT channels (Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport and Planète+).

In this context, M6 Group also ensured that the communication being overseen by the French public authorities is as effective as possible in informing viewers of the upgrades required to receive DTT correctly (purchase of HD adaptors, TV set rescanning, etc.).

These technical operations had no impact on the broadcasting or audience figures of the Group's channels.

The territorial coverage of the HD channels was optimised when all the transmitters were switched to HD.

In the first half of 2016, the six traditional channels had an audience share of 61.3% (4+ year olds), compared with 63.0% in the first half of 2015, whilst free-to-air DTT channels represented 28.7% of audience share in the first half of 2016, compared with 26.2% in the first half of 2015 (*source: Médiamétrie, 4+ year olds*), driven by the six new channels which achieved a 7.2% audience share as against 5.2% for the same period in 2015.

Nationwide audience share (4+ year olds)							
%	HY1 2016	HY1 2015	HY1 2014	HY1 2013	HY1 2012	HY1 2011	HY1 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 traditional channels audience share **	61.3%	63.0%	64.3%	65.0%	66.7%	67.4%	70.1%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share **	21.5%	21.4%	21.3%	22.1%	21.9%	20.9%	17.6%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	7.2%	5.2%	3.7%	1.9%	-	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.0%	10.4%	10.7%	11.0%	11.4%	11.7%	12.3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

Source : Médiamétrie



On the commercial target, the six traditional channels lost 2.5 points of audience share to the DTT channels, both to first generation and second generation DTT channels, which each grew 1.2 percentage points.

Nationwide audience share WRPs < 50							
%	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011	H1 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 Traditional channels audience share **	55.4%	57.9%	59.4%	60.7%	64.3%	66.1%	68.9%
TOTAL 1st generation DTT channels audience share **	26.4%	25.2%	25.0%	25.4%	24.3%	22.6%	19.2%
TOTAL 2nd generation DTT channels audience share **	8.0%	6.8%	4.9%	2.7%	-	-	-
TOTAL Cable and satellite channels audience share	10.2%	10.1%	10.7%	11.2%	11.4%	11.3%	11.9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

** Until 2011 inclusive, France 5 was considered a traditional channel before 7pm and a DTT channel after 7pm, whilst Arte was considered a traditional channel after 7pm and as a DTT channel before 7pm.

Source : Médiamétrie

Moreover, during the first half of 2016, the individual viewing time for television has remained very high, at 3 hours 43 minutes for people aged 4 years and above, an increase of 3 minutes in comparison with the first half of 2015. It stood at 3 hours 38 minutes for women under 50 responsible for purchases, representing an increase of 3 minutes in comparison with the same period in 2015. The growth was primarily due to the increase in catch-up viewing; it nevertheless masked a fall in television consumption amongst the under 25s.

► Advertising market

According to the latest economic report from INSEE (French National Institute for Statistics and Economic Studies), published in June, 2016 began with a slight upturn in business in the euro zone (0.6% growth in the first quarter following a 0.4% increase in the fourth quarter of 2015). European businesses, and particularly French ones, benefited from the weaker oil price, inflation and interest rates.

Nevertheless, uncertainty remains, with unemployment still giving cause for concern, and the announcement of Brexit which could result in an increase in the wait and see attitude.

The main consequence of this economic situation is limited visibility in relation to investments by businesses, and in particular their advertising investments.

Although these gross advertising investments in “television” (before rebates and discounts) have risen by 4.6% in the first half-year, reaching €5.6 billion, and are showing a positive volume effect, this growth masks persisting pricing pressure in a context of audience fragmentation and changes in the planning of campaigns with the availability of a greater number of channels (notably towards the six new DTT channels which grew by almost 40% in one year).

	Traditional terrestrial channels	Free-to-air DTT channels	Broadband, cable and satellite channels	Total TV channels
Gross advertising expenditure (€ K)	3,157,527	2,132,951	344,818	5,635,297
Growth (%) vs. 1 st half of 2015	+4.5%	+7.9%	-10.9%	+4.6%
Gross market share (%) HY1 2016	56.0%	37.8%	6.1%	100%
Gross market share (%) HY1 2015	56.1%	36.7%	7.2%	100%

Source: Kantar Media, terrestrial channels excluding self-promotion and regional channels, 1st half of 2016

For the M6 channel, the four leading advertiser sectors recorded growth in their investments (Food, Health & Beauty, Cars, Retail), while the next two (Banking & Insurance and Travel & Tourism) experienced a decline.

According to the latest data published by Kantar Media in relation to the first five months of the year, the net French multimedia advertising market grew by 1%, with a rise in advertising investments in television (up 1.4%), and within a context of high volatility month after month (down 6% in April then up 6% in May in particular).

► Audience performance of Group channels

The first half-year was characterised once again by the audience fragmentation process linked to the automatic growth of audiences for the 6 new DTT channels launched in December 2012.

Thanks to its improved programme line-up, M6 Group's family of free-to-air channels achieved over the first six months of 2016 an average audience share of 13.8% (*source - Médiamétrie*) in the 4+ years old category (up 0.4 pps) and of 21.7% on the commercial target (up 1.2 pps), making it the only historical group to achieve year-on-year growth on each of the two targets.

■ M6

M6 is the only traditional channel to achieve year-on-year growth on the commercial target. It recorded an audience share of 10.1% across the entire viewing public, an increase of 0.3 pps, and of 15.8% on the commercial target (up 0.9 pps).

This strategic reinforcement was due to:

- The success of its access primetime viewing schedule (*Les Reines du Shopping* and *Chasseurs d'appart*, which attracted 21% of the commercial target on average, *Le 19 45* and *Scènes de ménages*, the most popular programme in the 8pm slot amongst viewers under 50 and women under 50 responsible for purchases),
- The relevance of its range of evening programmes, which combines new shows (*A l'état sauvage*, 3.7 million viewers, *Garde à vous*, 3.9 million viewers on average, etc.) with major brands (*The Island*, *Top Chef*, *Zone Interdite*, etc.),
- Its event programming, notable for the broadcast of the UEFA Euro 2016 Championship, whose exceptional audience figures were the crowning glory of the strategy to buy a limited number of matches while benefiting significantly from the event.

M6 broadcast 11 matches from Europe's biggest football tournament, including the final. Broadcast on 10 July 2016, the Portugal vs. France match attracted 20.8 million viewers, and achieved the same audience figures as the 1998 World Cup Final contested by Brazil and France, a historic performance and the best viewing figures of the tournament and of the decade itself. It also represented a historic record for the channel since its creation.

The average audience for the 11 matches broadcast on M6 was 9.7 million, which included a significant proportion of women, enthusiastic about the tournament, which achieved a 39%



audience share in the target group of women under 50 responsible for purchases across all 11 matches.

▪ **W9**

Over the first half of the year, W9 recorded an average audience share of 2.4% (down 0.2 pps) on the 4+ years old target and 3.7% (stable) on the commercial target, and was the second ranked DTT channel amongst women under 50 responsible for purchases throughout the day.

Alongside the football matches (the Europa League final attracted an audience of 1.7 million), the best audience figures over the first half-year were achieved by:

- Films (*Une journée en enfer, Twilight*) - W9 offers the best range of films on DTT for the women under 50 responsible for purchases category,
- Magazines and documentaries (*Enquête d'action, Enquêtes criminelles*) - W9 offers the best range of new magazines and documentaries on DTT,
- Reality TV shows (*Les Marseillais South Africa*).

▪ **6ter**

Moreover, 6ter recorded an average audience share of 1.3% on the 4+ years old target (up 0.2 pps). 6ter established itself as the leader of the new DTT channels in the category of women under 50 responsible for purchases, with an average audience of 2.2% during the first half-year (up 0.3pp), due to its successes across all types of programmes.

6ter offers an attractive range of films and original programmes such as *Norbert commis d'office* and *Storage Wars France*.

▪ **Cab-sat channels**

In the world of pay TV, the Group's channels have consolidated their successes, notably (*Médiamétrie Mediamaï thematik wave 31, January-June 2016*):

- Paris Première, which is the most watched pay channel by the viewing public as a whole (11.4 million viewers every month), and the most popular general interest prime time pay TV channel;
- Téva, the leading special interest channel on the commercial target with a 1.1% audience share in the cable, satellite and broadband sector for the 10th consecutive wave. Téva is significantly ahead of the other special interest channels in relation to this target and is even ahead of the free-to-air channel Chérie 25 (HD DTT). It has experienced a record wave for the past three years, due to growing audience figures, notably an increase of 15% for the women under 50 responsible for purchases category.

▶ **Advertising performance of Group channels**

Within a TV advertising market that remained volatile and which posted moderate growth driven by Euro 2016 over the first six months, advertising revenue from the free-to-air channels recorded a 4.7% increase thanks to higher audience figures.

In addition, EURO 2016 gave M6 Publicité the opportunity to innovate in the advertising market, via an exclusively online reservation platform, as well as in the digital sector through ad-stitching (during viewing via Live on the 6play platform, the substitution of TV advertisements with digital advertising campaigns) or even via the auction sale of "golden spots" (advertisement slots between the national anthems and kick-off) of the semi-final and final.

At the same time during the first half-year, M6 Publicité continued to offer its customers innovative purchasing methods and packages:



- Contextual advertising: M6 Publicité unveiled a new kind of advertising slot that was event based and contextual to programmes. This package – previously unseen in France – proposes unique theme-based slots related to the subject matter addressed by the programmes within which they appear. Made up of slots in line with the programme’s subject matter or area, they create a strong bond with the brands present. These slots allow viewers to remain within the mindset of the programme throughout the commercial break in order to maximise their engagement and attention.
- *View & Shop* is a transaction based module integrated into digital advertising campaigns enabling internet users to purchase the item showcased, using a clickable interactive button appearing in the advertising slot.
- M6 Publicité continued its policy of promoting more responsible digital advertising and announced three new less intrusive formats on 6play with improved visibility.
- Lastly, in partnership with *LaBigAdress*, which provides integrated communication solutions dedicated to start-ups, M6 Publicité launched five packages for start-ups seeking to put into place TV campaigns.

1.1.2. Production and audiovisual rights ¹

▶ Cinema and video market

According to the CNC’s estimates, cinema attendance reached 106.8 million admissions over the first six months of the year, recording an increase of 5.4% in comparison with the first half of 2015. The market share held by French films was estimated at 38.9% (36.7% over the first half of 2015) with that of American films at 52.6% (48.2% from January-June 2015).

Conversely, while the volumes sold were virtually stable (up 0.7%), the French video market (DVD and Blu-ray) declined by 11.6% in value to €152.4 million over the first quarter of 2016, according to the CNC-GfK report, with DVD sales posting a slightly lower fall than Blu-ray (down 11.3% and 12.5% respectively). This market downturn was the result of the fall in price of physical media and more specifically of new DVD and Blu-ray titles.

▶ Group performance

▪ SND

The films distributed by SND achieved 7.7 million admissions against 3.9 million admissions over the first half of 2015. This growth was due to a busier cinema release schedule, to the extent that SND released 11 films in cinemas during the first half-year, against 4 in the first half of 2015. 3 films exceeded one million admissions: *The Divergent Series: Allegiant* (2.2 million admissions), *The Hateful Eight* (1.8 million) and *Adopte un veuf* (1.1 million). Over the first half of 2015, only one film achieved more than one million admissions - *The Divergent Series: Insurgent*, with 2.4 million admissions.

Growth in the cinema distribution activity was slightly hampered by a fall in international sales in comparison with 2015 which was marked by the success of *Astérix Le Domaine des Dieux*. The video business recorded slight growth due to a more packed line up than in the first six months of 2015 (seven releases vs. two in 2015). As such, it benefited from the successful performances of

¹ The data presented in this section and the next corresponds to the data available on the date this report was prepared. The majority thus does not relate to the full first half of 2016.

The Last Witch Hunter, *The Hateful Eight* and *Solace* which achieved combined sales of 194,200 across all formats over the half-year.

- **M6 Films**

The film production subsidiary co-produced three films released in cinemas (*Chocolat*, *Un homme à la hauteur* and *Amis Publics*), which recorded 3.3 million admissions in total, against 9.1 million for the seven films released in the first half of 2015.

1.1.3. Diversification

- ▶ **Distance selling: ongoing renewal of the product range**

The report on e-commerce for the first quarter of 2016, published by Fevad (French Federation of Distance Selling Businesses), indicated an increase of 16% in online sales, which reached €17.9 billion. This growth was driven by the rise in the number of transactions, which has increased by 21% to reach 237 million, which offset the 4.4% fall in the average value of transactions. Fevad has counted in excess of 187,000 active retail sites, equating to a 14% increase in one year.

The results for the home shopping sector were disappointing. Within a market under pressure, the sales volumes of Home Shopping Services fell. Similarly, with a range that is currently being renewed, Best of TV saw its profit fall.

Within this context, indexing expenses increased in the search for replacements for the top selling products in recent years (*Artishot*, *Pocket Hose*, etc.).

Conversely, MonAlbumPhoto.fr expanded its range over the half-year. The website's sales rose due to the development of the "photo printing" business and the momentum of the photo album business.

- ▶ **Internet: M6 Group continued its new media expansion**

Digital display advertising generated net revenue of €547 million over the first six months of 2016, an increase of 13.7%. Within this segment, video advertising recorded strong growth of 26%. Net revenues generated in this way stood at €187 million, representing 34% of display revenues. In relation to sales methods, display is now marketed in 50% of programming. (Source: *Syndicat des Régies Internet, Observatoire de l'e-Pub* – July 2016 [online advertising agency union - online advertising watchdog]).

In addition, more than 3.1 billion television videos were viewed online via television channel platforms between January and May 2016, equating to an average of more than 20.4 million videos viewed every day, an increase of 37% compared with 2015 (Source: *Baromètre TV en ligne multi-écrans NPA/GFK* – January–May 2016).

- **6play**

Very early on, M6 Web undertook to develop services tailored to the new ways of watching television and continues to strengthen its digital presence.

A new and fully personalised version of 6play was rolled out in late November 2015 across all screens. The milestone of 10 million registered users was passed in June and the platform recorded a sharp rise in audience figures, with an average 110 million videos viewed per month across all screens (representing year-on-year growth of 50%, source - *Médiamétrie, December 2015 to May 2016*). For that reason, advertising revenues from catch-up continued to increase, supported both by these healthy audience figures and by extremely impressive indicators in terms of advertisement exposure, brand safety and contextual or data targeting.

In addition, new functionality was launched in June with the aim of strengthening 6play's presence on mobiles. Christened *Refresh*, it offers on-demand channel surfing in relation to the Group's channels

thanks to a selection of ultra-short videos from programmes across all the channels. Just fifteen days after its launch, it passed two million videos viewed.

▪ Portals

A “Portals” division was set up following the merger of Oxygem and M6 Web’s historical sites, leading to the creation of a large number of synergies. Thanks to the Group’s television channels, the former Oxygem portals were able to develop their video inventories and optimise their monetisation.

The number of videos viewed across all the portals grew sharply (up 71.7%) in the first half-year and totalled 66.5 million.

In addition, the advertising activity of the Group’s traditional sites was stimulated by the use of the programme based online display platform used by Oxygem and a more sustained development of the database usage activity. The combined expertise also led to the mobile application *radins.com*, which has become a digital marketing tool for the benefit of advertisers, being made available online. With more than 100,000 downloads and four million slots viewed in under two months, the launch has been a success.

Lastly, the number of videos viewed across all the Group’s portals grew from 38.7 million in the first half of 2015 to 73.6 million in the first half of 2016.

▪ MCN

M6 Web also pursues a strategy of developing new formats, and in particular operates several Multi-Channel Networks (MCNs) such as *Golden Moustache*, the comedy channel launched by the Group in 2012 and *Rose Carpet*, the fashion and beauty channel targeting young women between the ages of 15 and 25, which was launched in April 2014. Both channels are also developing a brand content production activity, which complements the Group’s traditional digital advertising offer. In total, the Group’s MCNs generated subscription fees of €10.9 million in June 2016, representing an increase of 101% in comparison with June 2015.

▶ Mobile telephony

In line with the development of the mobile phone market, Orange and M6 Group jointly agreed to gradually transfer M6 mobile by Orange subscribers to equivalent Orange packages.

Launched in 2005, the M6 mobile by Orange offer resulted from the combination of the expertise and strength of the Orange and M6 brands. M6’s strategy is to specifically use its marketing power to generate additional revenues.

M6 mobile by Orange customers will keep their services as well as all the related benefits, such as the management of the customer community by M6 Group, until their transfer.

As such, M6 Group will continue to receive payment for managing the account holder base and trademark licence until 30 June 2019, which will contribute €64 million to the Group’s operating profit, spread over the period from 1 January 2016 to 30 June 2019 (vs. €25 million in 2015).

In addition, M6 has received contractual compensation of €50 million (EBITA impact) in respect of the end of marketing.

▶ Music and events

In 2015, the recorded music retail market posted figures of €426 million, a fall of 7.0% compared with 2014 (Source: *SNEP, digital and physical market, April 2016*).

The market share of digital formats continued to increase, with growth of 14.7%, reaching 33% in value. Moreover, as in 2014, 75% of market revenues were due to the success of French language production.



In what was nevertheless a challenging environment, M6 Group's music activity recorded an increase in its revenue over the first half of 2016 due to the success of the album *Un monde Meilleur* by Kids United. At the end of June 2016, it was ranked in the top three net sales in France with more than 390,000 copies sold since its release. A mark of this success is that a second album is scheduled for release in September and the group is going on tour in the autumn.

The Events activity was stable, despite the fall in attendance rates following the attacks of 13 November 2015.

► **Football**

Girondins de Bordeaux Football Club (F.C.G.B) ended the 2015/16 season in 11th place in Ligue 1, and unlike last year, will not take part in the 2016/17 Europa League.

Finishing five places lower in the French championship in 2015/2016 compared with 2014/15 impacted revenue for the first half of the year. This fall in revenue was nevertheless offset in the operating profit by the capital gains on the transfer of players during the winter transfer window.

In order to create fresh sporting momentum, the Club decided to replace the existing technical team with a new team headed by Jocelyn Gourvennec.

The second half-year will be marked by the increase in TV rights resulting from the tenders launched in 2014 by the Professional Football League for Leagues 1 and 2. From now on, Canal+ and beIN Sport will spend a total of €748.5 million per year until the 2019/20 season (vs. €607 million for the 2015/16 season).

12. Other highlights and significant events since 1 January 2016

► **Legal and arbitration proceedings**

The following facts should be noted in relation to the main judicial and arbitration procedures referred to in the 2015 Registration Document:

By a ruling on 17 June 2015 the Conseil d'Etat found in favour of M6 Group, who had appealed against the Conseil supérieur de l'audiovisuel's decision disallowing its broadcast of Paris Première on free-to-air DTT in 2014. The Conseil d'Etat, which had not ruled on the external legality of the CSA's rejection decision, urged the latter to rule again within six months. With a new rejection issued against Paris Première on 17 December 2015, M6 Group filed a new appeal on 28 January 2016 that the Conseil d'Etat dismissed on 13 July 2016.

Furthermore, M6 Group challenged the implementation terms of the French law of 15 November 2013 on co-production shares, and contested Decree No. 2015-483 of 27 April 2015 modifying the contribution regime for audiovisual production. This appeal procedure remains on-going.

► **Legal and regulatory developments**

During the first six months of the year, the Assemblée Nationale and the Senate completed an initial reading of the bill aimed at strengthening the freedom, independence and pluralism of the media. The



wording was subsequently discussed within a joint committee, but as it failed to reach agreement, a new reading of the text began in the Assemblée Nationale on 18 July 2016.

On 6 July, the Assemblée Nationale adopted the equality and citizenship bill on its first reading, which specifically provided for an extension of the powers of the *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*. The schedule for the review of the text by the Senate is not yet known.

In addition, Law n° 2016-925 relating to the freedom of creation, architecture and heritage, promulgated on 7 July 2016, notably provides a framework for the relationships between television channels and online recording services (Network Personal Video Recorder or NPVR), and strengthens the relationships between the creators and the other parties involved in the audiovisual sector.

2. CORPORATE GOVERNANCE

2.1. Supervisory Board

At the last General Meeting of Shareholders, five members were reappointed to the Supervisory Board:

- Delphine Arnault, Deputy CEO of Louis Vuitton Malletier;
- Mouna Sepehri, Executive Vice-President, Office of the CEO, Renault;
- Guillaume de Posch, co-CEO of RTL Group;
- Philippe Delusinne, Chief Executive Officer of RTL Belgium;
- Elmar Heggen, Chief Financial Officer, Head of the Corporate Center of RTL Group.

At the date of this report, the Supervisory Board of Métropole Télévision comprised twelve members, including 11 individuals and one legal entity. Members of the Supervisory Board are as follows:

- Guillaume de Posch, Chairman,
- Guy de Panafieu, Vice-Chairman and independent member,
- Elmar Heggen,
- Christopher Baldelli,
- Vincent de Dorlodot,
- Philippe Delusinne,
- Delphine Arnault, independent member,
- Mouna Sepehri, independent member,
- Gilles Samyn, independent member,
- Sylvie Ouziel, independent member,
- Anke Schäferkordt,
- Immobilière Bayard d'Antin, represented by Catherine Lenoble.

The Supervisory Board is comprised of 12 members and includes 5 women, making the Group compliant in advance with Law no 2011-103 of 27 January 2011 which requires a minimum of 40% women before 1 January 2017.

► Remuneration and Appointments Committee

At the date of this document, members of the Remuneration and Appointments Committee are as follows:

- Gilles Samyn, Chairman of the Committee,
- Guy de Panafieu,
- Guillaume de Posch.

► Audit Committee

At the date of this document, members of the Audit Committee are as follows:

- Guy de Panafieu, Chairman of the Committee,
- Mouna Sepehri,
- Gilles Samyn.
- Elmar Heggen.

2.2. Executive Board

The Executive Board of M6 Group is comprised of four members:

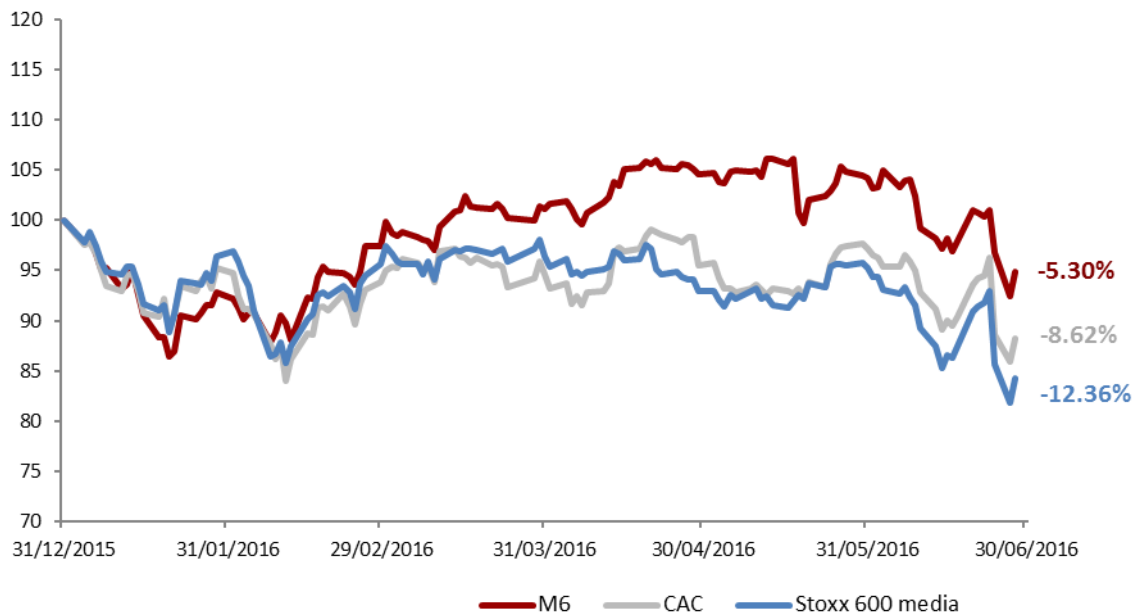
- Nicolas de Tavernost, Chairman of the Executive Board,
- Thomas Valentin, Vice-Chairman of the Executive Board,
- Jérôme Lefébure, Member of the Executive Board,
- David Larramendy, Member of the Executive Board.

3. SHARE CAPITAL AND STOCK MARKET PERFORMANCE

The Company had a share capital of €50,565,699.20 at 30 June 2016, comprised of 126,414,248 shares with a par value of €0.40 each.

During the first half of 2016, the M6 share price decreased by 5.30% (calculated based on the closing price at 31 December 2015), while the CAC 40 index and the Stoxx 600 Media index fell by 8.62% and 12.36% respectively.

Movement in M6 Métropole TV share price– 1st half-year 2016:



Source: Euronext

4. RISK FACTORS AND THEIR MANAGEMENT

4.1. Risks and uncertainties regarding the first half of the year

The Group's main risks and uncertainties are detailed in the 2015 Registration Document filed with the AMF on 15 March 2016 and available on the website www.amf-france.org as well as on the Company's own website www.groupem6.fr.

The main risk factors identified by the Group and detailed therein are as follows:

- Business risks:
 - o Risks related to the Group's market structure,
 - o Technological developments, changes in use,
 - o Sensitivity to the economic situation,
 - o Adapting the cost structure and increase in prices,
 - o Payment terms risks,
- Market risks:
 - o Foreign exchange risks,
 - o Interest rate risk,
 - o Share risk,
 - o Raw material risk,
- Credit and counterparty risk,
- Liquidity risk,
- Legal risks,
 - o Regulatory risks,
 - o Risks relating to intellectual property, freedom of the press and individual's rights,
 - o Risks relating to non-observance of contractual commitments,
 - o Litigations and financial assessment,
 - o Legal and arbitration proceedings.
- Major operating risks:
 - o Broadcasting and transmission signal risks,
 - o Internal control failure, fraud, IT systems, concentration of purchases,
 - o Industrial and environmental risks.

The financial risks arising from all the matters in progress were estimated prudently and provided for where required in the financial statements of the Group.

To the knowledge of the company, no other significant events have occurred in the first half of 2016 that are likely to have or have had a significant impact on the financial position, financial performance, activities and assets of the Company or the Group.

Lastly, no event since 1 January 2016, other than those already mentioned in the part 1. Group Operations and Markets, modifies the description of the main risks and uncertainties set out in the 2015 Registration Document.

4.2. Risks and uncertainties regarding the second half of the year

The Group's business is in part subject to seasonal fluctuations, the general principles of which are detailed in Note 5 to the condensed consolidated half-year financial statements.

More specifically, in respect of the 2016 financial year, the following items may be added:

- Following a first half-year energised by Euro 2016, advertising market visibility remains limited within an uncertain macroeconomic market.
Over the second half of the year, M6 Group will pursue its policy of investing in its viewing schedules in order to continue improving its audience figures and market share.
- The results of the channels are exposed both to the uncertainty of their advertising revenue and to a seasonal effect on programming costs, connected with the introduction in September each year of new programmes for the 2016/2017 season.
M6 Group has stated that, for the 2016 financial year, there may be an increase in the programming cost for the free-to-air channels before the costs of Euro 2016 are taken into account.
- Given its cost structure, the uncertainty of sport and uncertainties associated with potential transfers of players, the Group is not currently in a position to accurately state the level of F.C.G.B.'s profit or loss for 2016. Nevertheless, over the calendar year, there will be a sharp fall in the deficit in relation to the figure recorded in 2015.

In conclusion, the Group wishes to repeat that, due to the traditional seasonality of its business and uncertainties linked to the current economic environment, the level of EBITA for the half-year to 30 June 2016 should not be used as a base to estimate this same indicator for the full financial year.

5. HALF-YEAR FINANCIAL REPORT

5.1. Consolidated statement of comprehensive income

► Summary presentation ¹

(€millions)	HY1 2016	HY1 2015	% change
Consolidated revenue	645.5	629.9	+2.5%
Group advertising revenue	427.1	405.6	+5.3%
- of which free-to-air channels advertising revenue	398.8	381.0	+4.7%
- of which cab-sat channels and other media advertising revenue	28.3	24.5	+15.3%
Non-advertising revenue	218.3	224.4	-2.7%
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)	136.0	102.6	+32.6%
Operating income and expenses related to business combinations	(0.5)	(0.5)	n.a
Consolidated operating profit (EBIT) of continuing operation	135.4	102.0	+32.7%
Net financial income	0.1	0.4	n.a
Share of profit of associates	0.9	0.9	n.a
Deferred and current taxes	(52.9)	(45.0)	+17.6%
Net profit for the period	83.5	58.3	+43.1%
Net profit for the period - Group share	83.5	58.3	+43.1%

Over the course of the first half of the 2016 financial year, M6 Group recorded growth of 5.3% in its advertising revenue, including 6.3% in the second quarter, reflecting the strength of its TV and online audience figures.

The less buoyant home shopping business impacted the Group's non-advertising revenue, which totalled €218.3 million, representing a 2.7% decline over the first six months of the year.

Consolidated Group revenue thus stood at €645.5 million (up 2.5%).

M6 Group's profit from recurring operations (EBITA) reached €136.0 million, an increase of €33.4 million, reflecting:

- The €10.1 million fall in Television activities, due to the net effect of the broadcast of Euro 2016 and investments in programmes for both free-to-air and pay TV channels,
- The non-recurring operating profit of €42.6 million corresponding to €50 million in contractual compensation related to the gradual stoppage of the M6 Mobile contract, less its automatic impact of €7.4 million on operating expenses,
- The stability of other activities (down €0.1 million).

The tax charge totalled €52.9 million, up €7.9 million year-on-year due to the increase in operating profit and a lower tax rate.

¹ The financial information is aimed at disclosing the breakdown of consolidated revenue between advertising and non-advertising. The Group advertising revenue include M6, W9 and 6ter (FTA channels) advertising revenue, the share of advertising revenue of pay channels and the share of advertising revenue generated by diversification activities (mainly Internet).

Profit from recurring operations, or EBITA, is defined as operating profit (EBIT) before operating income and expenses from business combinations and capital gains on the disposal of financial assets and subsidiaries.



Net profit was €83.5 million, representing a net margin of 12.9%.

Growth by segment was as follows:

(€millions)	Q1			Q2			HY1		
	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 & Audiovisual Rights	30.5	27.0	+12.9%	25.0	21.6	+15.5%	55.5	48.6	+14.1%
Diversification	80.2	84.3	-4.8%	80.1	85.1	-5.9%	160.3	169.4	-5.3%
Other revenue	0.1	0.1	n.a	0.1	0.1	n.a	0.2	0.2	n.a
Consolidated revenue	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 & Audiovisual Rights							5.0	3.8	+33.7%
Diversification							70.6	21.4	+230.5%
Unallocated revenues							(9.2)	(2.3)	n.a
Consolidated profit from recurring operations (EBITA)							136.0	102.6	+32.6%

► Television

Within an environment that continues to be characterised by the fragmentation process (the six new DTT channels increased their audience share by a further 1.6% over the half-year), the Group continued to invest in programmes across all its free-to-air and pay channels.

As such, programming costs for its free-to-air channels rose by €24.0 million to €232.6 million, including the Euro 2016 matches broadcast in June.

Thanks to its improved programme line-up, M6 Group's family of free-to-air channels made progress and over the first six months of 2016 achieved an average audience share of 13.8% (source - Médiamétrie) in the 4+ years old category (up 0.4 pps) and of 21.7% on the commercial target (up 1.2 pps), making it the only historical group to achieve year-on-year growth on each of the two targets:

- The M6 channel recorded an audience share of 10.1% across the entire viewing public, an increase of 0.3 pps, and of 15.8% on the commercial target (up 0.9 pps). This strategic reinforcement was due to:
 - ✓ The success of its access primetime viewing schedule (*Les Reines du Shopping*, *Chasseurs d'appart*, *Le 19 45* and *Scènes de ménages*),
 - ✓ The relevance of its range of evening programmes, which combines new shows (*A l'état sauvage*, *Garde à vous*, etc.) with major brands (*The Island*, *Top Chef*, *Zone Interdite*, etc.),
 - ✓ Its event programming, notable for the broadcast of the UEFA Euro 2016 Championships, whose exceptional audience figures were the crowning glory of the strategy to buy a limited number of matches while benefiting significantly from the event. Euro 2016 enabled the channel to achieve record audiences, as with the broadcast of the France – Portugal final which had 20.8 million viewers, equating to its best figures since its creation, and the fifth best historical television audience.
- W9 was the second ranked DTT channel in the women under 50 responsible for purchases category throughout the entire day with a 3.7% audience share.
- 6ter was the leading new DTT channel on the commercial target (women under 50 responsible for purchases) with a 2.2% audience share.

Within a TV advertising market that remained volatile and which posted moderate growth driven by Euro 2016 over the first six months, advertising revenue from the free-to-air channels recorded a 4.7% increase thanks to higher audience figures.

The TV division thus contributed €69.6 million to EBITA, against €79.7 million for the six months to 30 June 2015, enabling M6 Group to maintain the current operating margin of its core business at a high level (16.2%) despite the exceptional costs related to the broadcast of Euro 2016².

▶ Production and audiovisual rights

In the first half of 2016, revenue from Production and Audiovisual Rights operations totalled €55.5 million, up 14.1% year on year, due to a busier cinema release schedule than in the first half of 2015 (11 films released in cinemas by SND, vs. 4 films in the first half of 2015), and marked by the success of *The Divergent Series: Allegiant* (2.2 million admissions), *The Hateful Eight* (1.8 million) and *Adopte un veuf* (1.1 million).

The first half-year was also notable for the release of three films co-produced by M6 Films (*Chocolat*, *Amis publics*, and *Un Homme à la hauteur*) recording a combined 3.3 million cinema admissions.

These healthy performances helped achieve EBITA of €5.0 million, an increase of €1.2 million.

▶ Diversification

During the first half of 2016, Diversification revenue totalled €160.3 million (down 5.3% compared with the first half of 2015), with a contribution to EBITA of €70.6 million, including €50 million from the non-recurring contribution from the M6 Mobile agreement, corresponding to the contractual compensation paid by Orange upon agreement of the gradual stoppage of the marketing of the offer.

Recurring activities, whose operating margin reached an average of 12.9%, contributed €20.6 million to EBITA, a year-on-year fall of €1.2 million, which was the result of:

- A €2.4 million reduction in the business contribution made by M6 mobile,
- A €0.4 million increase in the profit from recurring operations of M6 Web's other activities, which reached €5.8 million before €2.2 million in launch-related losses for its network of online channels (*Golden Moustache*, *Rose Carpet*, etc.) was taken into account, Revenue from M6 Web excluding M6 Mobile grew €2.8 million and reached €35.2 million thanks to the strong growth in online video advertising revenues. The new version of 6play has proved a success: six months after its launch, it already has more than 10 million registered users, with a rapidly growing audience and an average of 110 million videos viewed per month across all screens (50% growth year-on-year, source - *Médiamétrie, December to May*).
- Ventadis, which is gradually renewing its home shopping product range, and which saw its sales and EBITA fall by €7.2 million and €4.4 million respectively;
- F.C.G.B, which ended the French Ligue 1 Championship in 11th place and posted a €5.9 million increase in EBITA, thanks to the sale of players during the winter transfer window.

▶ Eliminations and unallocated items

Unallocated expenses fell €7 million, as a result of the automatic impact of the non-recurring M6 mobile compensation on operating expenses.

² Matches broadcast in July will however yield a positive margin.

5.2. Consolidated statement of financial position

At 30 June 2016, total assets were €1,197.2 million, an increase of €7.0 million (up 0.6%) compared with 31 December 2015.

The consolidated financial position at 31 December 2015 has been restated compared with the financial statements published: €17.2 million of credit notes pending have been reclassified from other operating expenses to net trade receivables.

Non-current assets totalled €387.8 million, compared with €377.0 million at 31 December 2015.

This increase reflected:

- A €17.0 million increase in intangible assets notably as a result of the acquisition of audiovisual rights by SND;
- A €3.8 million fall in deferred tax assets.

Current assets, excluding cash and cash equivalents, amounted to €719.1 million, a marked increase of €81.7 million (up 12.8%) compared with 31 December 2015.

The increase in net trade receivables (up €59.6 million, namely 25.7%) explains the majority of the change, as is the case every year during the first half-year (up €46.5 million in the first half of 2015) due to business seasonality.

The growth in broadcasting rights inventories (up €28.6 million) in particular for the 52-minutes series and the fall in other current assets (down €4.2 million), are the two main changes recorded under other items in current assets.

Cash and cash equivalents amounted to €90.3 million, down €85.5 million compared with 31 December 2015 (see comments on the consolidated cash flow statement).

The Group share of equity totalled €561.9 million.

The €22.0 million decrease since the 2015 year-end was primarily attributable to:

- the payment of dividends of €107.7 million;
- the Group share of net profit for the first half of 2016, totalling €83.5 million.

Other liability items (current and non-current liabilities) totalled €635.6 million compared with €606.5 million at 31 December 2015.

This increase reflected:

- The €11.7 million growth in current tax liabilities linked to the growth in operating profit;
- The €12.7 million (15.9%) increase in tax and social security liabilities notably resulting from the increase in the VAT collected by M6 Web;

5.3. Consolidated cash flow statement

Cash flow from operating activities totalled €103.1 million for the half-year to 30 June 2016, significantly higher than the level recorded for the six months to 30 June 2015 (€39.0 million).

This €64.1 million increase resulted from the following developments:

- The strong increase in self-financing capacity before tax generated by the Group (up €40.4 million to €191.3 million), primarily reflecting the increase in EBIT (up €33.4 million);
- The change in working capital requirements (“WCR”), excluding tax receivables and liabilities, resulted in a cash outflow of €54.5 million, compared with an outflow of €60.0 million in the first six months of 2015;



- The lack of an extraordinary payment to the city of Bordeaux for advances against the rent due by Girondins de Bordeaux Football club (€20.0 million).

Over the first six months of 2016, cash flow applied to investments used up cash resources of €78.5 million, while €89.2 million had been used up in the first half of 2015.

This fall in cash flow usage primarily reflects the absence of net cash outflows related to acquisitions or disposals of entities over the first half of 2016 (down €31.3 million) and the rise in investments related to the acquisition of audiovisual rights by SND (up €20.3 million).

Cash flow resulting from financing activities used cash resources of €110.0 million compared with €82.9 million in the first half of 2015.

This €27.1 million increase was primarily due to the non-recurrence of exceptional items from the first half of 2015 such as the return of the deposit granted as part of the new stadium project in Bordeaux (€20.1 million).

The first half of the year thus resulted in a €85.5 million decline in cash and cash equivalents compared with 31 December of the previous financial year, as against a €133.1 million reduction noted in the first half of 2015.

Cash and cash equivalents totalled €90.3 million at 30 June 2016, compared with €127.8 million at 30 June 2015.

The Group's net cash position was €91.6 million at 30 June 2016.

5.4. Related parties

Information concerning transactions with related parties is detailed in Note 23 to the condensed consolidated half-year financial statements.

5.5. Post-balance sheet events

The 22 July 2016, M6 Group announces the acquisition of MANDARIN CINEMA, that holds a catalogue of 32 feature films, such as *Chocolat*, *OSS 117 – Rio ne répond plus*, *Potiche*, *De l'autre côté du périph*, *Pattaya*.

With this targeted acquisition, M6 Group continues the consolidation of its activities of distribution of audiovisual rights by extending its catalogue, which now contains almost 1 300 full-length feature films.

To the best of the Company's knowledge, no other significant event has taken place since 1 July 2016 that is likely to have or to have had in the recent past a significant effect on the Company's or Group's financial position, financial performance, operations and assets.

5.6. Segment information

Television

(€ millions)	30/06/2016			30/06/2015			2016 / 2015 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
Total TV division	438.9	429.5	69.6	421.9	411.8	79.7	17.0	17.7	(10.2)

Production and audiovisual rights

(€ millions)	30/06/2016			30/06/2015			2016 / 2015 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
Total Production & Audiovisual Rights division	63.7	55.5	5.0	52.8	48.6	3.8	10.9	6.8	1.3

Diversification

(€ millions)	30/06/2016			30/06/2015			2016 / 2015 change		
	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA	Business segment total revenue	External revenue	EBITA
Interactions	5.1	4.2	2.2	4.9	3.8	1.9	0.2	0.4	0.3
Ventadis	79.5	76.0	3.9	86.1	83.2	8.3	(6.5)	(7.2)	(4.4)
M6 Web	50.3	49.2	64.2	51.3	50.1	16.8	(1.0)	(1.0)	47.4
F.C.G.B	31.2	31.0	0.3	32.5	32.3	(5.6)	(1.3)	(1.3)	6.0
Intra-Group eliminations	(4.8)	-	-	(4.2)	-	-	(0.6)	-	-
Total Diversification	161.2	160.3	70.6	170.6	169.4	21.4	(9.3)	(9.1)	49.2

5.7. Free-to-air TV: gross margin on programming

(€ millions)	30/06/2016	30/06/2015	2016 / 2015 change	
			€ m	%
Advertising revenue - non-Group	398.8	381.0	17.8	4.7%
Advertising revenue - Group	4.6	5.7	(1.1)	-19.8%
Advertising agency cost, taxes and broadcasting costs	(91.4)	(93.8)	2.4	-2.6%
Free-to-Air net revenue	312.0	292.9	19.1	6.5%
Programming costs	(232.6)	(208.6)	(24.0)	11.5%
Gross margin on programming	79.5	84.3	(4.9)	-5.8%
%	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 JUN 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 JUN 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 net 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 - *Païement 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 actuariel - 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 décrites 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.