

## 3<sup>ème</sup> trimestre 2015

**Chiffre d'affaires publicitaire TV gratuite de 157,6 M€ (+2,8%)**

**Résultat opérationnel courant (EBITA) de 30,5 M€(+2,7%)**

**Part d'audience des chaînes gratuites (4+) de 14,1% (+0,6 pt)**

en M€ <sup>1</sup>	1 <sup>er</sup> semestre			3 <sup>ème</sup> trimestre			9 mois		
	2015	2014 r	%	2015	2014 r	%	2015	2014 r	%
Chiffre d'affaires publicitaire plurimedia	405,6	400,4	+1,3%	167,9	162,6	+3,2%	573,5	563,0	+1,9%
<i>dont publicité chaînes gratuites</i>	381,0	377,8	-0,1%	157,6	153,4	+2,8%	538,6	531,2	+1,4%
<i>dont autres revenus publicitaires</i>	24,5	22,5	+8,9%	10,3	9,3	+10,7%	34,9	31,8	+9,6%
Chiffre d'affaires non publicitaire	224,4	234,0	-4,1%	97,4	101,4	-4,0%	321,7	335,5	-4,1%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>629,9</b>	<b>634,4</b>	<b>-0,7%</b>	<b>265,3</b>	<b>264,1</b>	<b>+0,4%</b>	<b>895,2</b>	<b>898,5</b>	<b>-0,4%</b>

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015, le Groupe M6 enregistre une hausse de son chiffre d'affaires consolidé (+0,4%). Les recettes publicitaires du Groupe (chaînes gratuites, chaînes payantes, Internet) progressent (+3,2%), principalement tirées par les audiences des chaînes du Groupe, et non par l'environnement macroéconomique. A ce titre, le chiffre d'affaires non publicitaire recule de -4,0%, reflétant un effet de base défavorable dans la division Production et droits audiovisuels et une contraction de l'activité de télé-achat.

A fin septembre 2015, le Groupe M6 réalise un chiffre d'affaires de 895,2 M€ (-0,4%), dont 573,5 M€ pour les activités publicitaires, en hausse de +1,9%.

## ■ TELEVISION

En M€	2015	2014 r	%
<b>Chiffre d'affaires publicitaire chaînes gratuites</b>			
1 <sup>er</sup> Trimestre	181,0	180,0	+0,6%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	200,0	197,8	+1,1%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	157,6	153,4	+2,8%
Total 9 mois	538,6	531,2	+1,4%
<b>Chiffre d'affaires – autres activités du segment</b>			
Total 9 mois	43,1	44,5	-3,2%
<b>Chiffre d'affaires du segment Télévision</b>			
Total 9 mois	581,7	575,7	+1,0%

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015, la durée d'écoute individuelle en télévision progresse de 3 minutes (vs. 3<sup>ème</sup> trimestre 2014), reflétant la bonne santé du média TV.

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

Dans ce contexte les **chaînes gratuites du Groupe M6** réalisent sur l'ensemble du trimestre une **part d'audience moyenne de 14,1%, (+0,6 pt sur un an) (4 ans et plus, source Médiamétrie)**, et de **22,4% sur la cible commerciale (+1,4 pt sur un an) (FRDA-50, source Médiamétrie)**, qui lui permet d'afficher la **plus forte progression des groupes audiovisuels en un an sur cette cible** :

- la chaîne **M6** maintient son rang de **2<sup>ème</sup> chaîne auprès des moins de 50 ans**, grâce à ses marques fortes (*L'Amour est dans le pré, Scènes de ménages, Le 19.45, Les Reines du shopping ...*) et sa politique d'innovation (*Chasseurs d'appart, Qui est la Taupe ...*) ;
- **W9** est la **1<sup>ère</sup> chaîne TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**, grâce à la puissance de son offre de films blockbusters, de compétitions sportives, de magazines originaux et de séries-réalité ;
- **6ter** se classe **1<sup>ère</sup> des nouvelles chaînes TNT sur la cible commerciale**, et enregistre la **plus forte progression sur cette cible en un an**, toutes chaînes de télévision confondues (+1,0 point).

Dans un marché toujours incertain, le Groupe M6 a tiré parti de ses audiences solides, qui se sont traduites par une progression du chiffre d'affaires publicitaire de ses chaînes gratuites (+2,8%).

## ■ PRODUCTION & DROITS AUDIOVISUELS

En M€	2015	2014 r	%
1 <sup>er</sup> Trimestre	27,0	30,7	-11,9%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	21,6	24,8	-12,8%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	21,9	25,6	-14,6%
<b>Total 9 mois</b>	<b>70,5</b>	<b>81,1</b>	<b>-13,0%</b>

Le chiffre d'affaires de l'activité Production et droits audiovisuels s'élève à 21,9 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015, en retrait de -3,7 M€ sur un an, en raison d'un calendrier de ventes des films de catalogue moins favorable qu'au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014.

Le 3<sup>ème</sup> trimestre 2015 a cependant été marqué par les succès de *Prémonitions* (0,9 M d'entrées), *La Rage au ventre* (0,7 M d'entrées), distribués au cinéma par SND, et *Le Petit Prince* (1,8 M d'entrées), coproduit par M6 Films.

## ■ DIVERSIFICATIONS

En M€	2015	2014 r	%
1 <sup>er</sup> Trimestre	84,3	85,7	-1,7%
2 <sup>ème</sup> Trimestre	85,1	85,0	+0,1%
3 <sup>ème</sup> Trimestre	73,4	70,8	+3,7%
<b>Total 9 mois</b>	<b>242,8</b>	<b>241,5</b>	<b>+0,5%</b>

Le chiffre d'affaires des Diversifications atteint **73,4 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015**, en progression de **+3,7%**, qui s'explique principalement par :

- o le **F.C.G.B**, qui bénéficie de sa participation à la phase de poules de l'Europa League, et dont le chiffre d'affaires affiche une **hausse de +5,8 M€ (+55,7%)** ;
- o **M6 Web**, dont le chiffre d'affaires **progressé de +2,7 M€ (+13,0%) à 24,0 M€** grâce à l'intégration d'Oxygem, qui permet au Groupe de se positionner comme le 1<sup>er</sup> Groupe TV français sur internet avec 13 M de visiteurs uniques mensuels (*source Médiamétrie-Nielsen Netratings, août 2015*).  
Les recettes sont également soutenues par la **bonne performance de la publicité vidéo**, notamment sur **6play**,

dont une nouvelle version est lancée en novembre, et sur les chaînes délinéarisées **Golden Moustache** et **Rose Carpet**, leaders des chaînes YouTube issues des médias TV français en septembre 2015.

- o **Ventadis**, en revanche, voit son chiffre d'affaires baisser de -5,5 M€ (-14,7%) à 31,9 M€ en raison de la contraction des activités de téléachat, qui s'explique par une consommation dégradée des ménages.

## ■ EVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIERE

---

**Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2015, le résultat opérationnel courant (EBITA)<sup>2</sup> consolidé atteint 30,5 M€** vs. 29,8 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 retraité (application rétrospective sur 2014 de la norme IFRIC 21 – Taxes prélevées par une autorité publique, qui affecte principalement le rythme de reconnaissance en période intermédiaire de certaines taxes).

**A fin septembre 2015, l'EBITA consolidé atteint 133,1 M€**, en baisse de -7,1 M€, en lien avec la moindre contribution des Diversifications (dont le F.C.G.B). En revanche l'activité TV voit son EBITA progresser.

Les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 583,0 M€ au 30 septembre 2015 (contre 535,6 M€ au 30 septembre 2014) avec une situation de trésorerie nette positive de 104,7 M€.

Neuilly sur Seine, le 3 novembre 2015

*Le calendrier indicatif 2016 du groupe sera prochainement publié sur le site internet [www.groupem6.fr](http://www.groupem6.fr)  
Prochaine publication : Information financière annuelle 2015 le 23 février 2016 après clôture de la bourse  
M6 Métropole Télévision est une société cotée sur Euronext Paris, compartiment A  
Code MMT, code ISIN : FR0000053225*

---

<sup>2</sup> Le résultat opérationnel courant (ou EBITA) se définit comme le résultat opérationnel (ou EBIT) avant prise en compte des amortissements et perte de valeur des actifs incorporels (à l'exception des droits audiovisuels) liés aux acquisitions et résultat de cession d'actifs financiers et de filiales.